



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та
природокористування

Рівненський відділ Українського географічного товариства



Національний університет водного господарства та природокористування

ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції з нагоди
5-ої річниці створення кафедри туризму та готельно-ресторанної
справи у Національному університеті водного господарства та
природокористування

Рівне – 2018



**Друкується за ухвалою Вченої ради
Національного університету водного господарства та
природокористування (протокол № 2 від 23.02.2018 року)**

Редакційна колегія:

Головний редактор:

Мошинський В. С., д.с.-г.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Співголови редакційної колегії:

Савіна Н. Б., д.е.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Клименко М.О. д.с.-г.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Заступник головного редактора:

Коротун С.І., к.г.н., доцент (Україна, м. Рівне, НУВГП).

Редакційна колегія:

Богданов М.А., д.г.-м.н., проф. (Білорусь, м. Брест, БДУ);

Боковець В.В., д.е.н., проф. (Україна, м. Вінниця ВНТЕІ КНТЕУ);

Шарващідзе Г., д.пед.н., проф. (Грузія, м. Тбілісі, ТДУ);

Ільїн Л.В., д.г.н., проф. (Україна, м. Луцьк, СЄНУ);

Кірвель І.Й., д.г.н., проф. (Польща, м. Слупськ, Академія Поморська);

Красовський К.К., д.г.н., проф. (Білорусь, м. Брест, БДУ);

Ліко Д.В., д.с.-г.н., проф., (Україна, м. Рівне, РДГУ);

Ліптуга І.Л., радник першого Віце-прем'єр-міністра України, президент Національної туристики організації (Україна, м. Київ);

Любіцева О.О., д.г.н., проф. (Україна, м. Київ, КНУ);

Мальська М.П., д.е.н., проф. (Україна, м. Львів, ЛНУ);

Мальчик М.В., д.е.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Мераб Халваші, к.і.н., доцент. (Грузія, м. Батумі, БДУ);

Олексін Ю.П., д.пед.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Романів А.С., к.г.н., доцент (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Руденко Л.Г., д.г.н., проф., директор Інституту географії НАНУ (Україна, м. Київ);

Сущенко О.А., д.е.н., проф. (Україна, м. Харків, ХНЕУ);

Теребух А.А., д.е.н., проф. (Україна, м. Львів, НУ «ЛП»)

Ткаченко Т.І., д.е.н., проф. (Україна, м. Київ, КНТЕУ);

Шоєв Нуралі Наботович, д.пед.н., к.т.н. (Тажикистан, м. Дангарін, ДДУ);

Яжевич І., д.н., проф. АП (Польща, м. Слупськ, Академія Поморська).

Рецензенти:

Калько А.Д., д.г.н., проф. (Україна, м. Рівне, МЕГУ);

Кожушко Л.Ф., д.т.н., проф. (Україна, м. Рівне, НУВГП);

Тарасюк Г.М., д.е.н., проф. (Україна, м. Житомир, ЖДТУ).

Туризм: наука, освіта, практика. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 5-ої річниці створення кафедри туризму та готельно-ресторанної справи у Національному університеті водного господарства та природокористування (м. Рівне, 15-17 березня 2018 р.) / Редкол.: проф. В. С. Мошинський (голов. ред.) та ін. – Рівне: видавець О. Зень, 2018. – 352 с.

ISBN 978-617-601-242-9

Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імені, статистичних матеріалів та інших відомостей.

© Колектив авторів, 2018

© Національний університет водного господарства
та природокористування, 2018

ISBN 978-617-601-242-9



1. ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ТА ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 379.851:332.158 (477.81)

Я.К. Гаврилова, В.П. Постернак

Рівненська обласна державна адміністрація

ТУРИЗМ РІВНЕНЩИНИ В ПРОЕКТАХ ТА ЦИФРАХ

Наведено інформацію про основні тренди туризму регіону. Представлені стратегічні проекти розвитку Рівненської області через реалізацію туристичного потенціалу.

Ключові слова: туризм, проект, розвиток

Information on the main trends of tourism in the region is given. Strategic projects of development of Rivne region through the realization of tourism potential are presented.

Key words: tourism, project, development

Світові тенденції щодо розвитку туризму поступово торкаються й українських реалій. Крім зростаючої кількості внутрішніх туристів, на користь цього факту свідчить орієнтованість органів державної влади, місцевого самоврядування, громадського сектору та суб'єктів підприємництва на туризм. На Рівненщині яскравим підтвердженням цьому є туристичні проекти, спрямовані на ефективну співпрацю та стратегічний розвиток територій через реалізацію туристичного потенціалу.

Вперше в Україні спільно з Всеукраїнською асоціацією активного та екологічного туризму на території Рівненської області впроваджується європейський досвід з розвитку Зелених шляхів (Greenways). Рівненський Зелений шлях має назву «Медове коло» та охоплює територію 5 районів області: Рівненського, Березнівського, Гощанського, Корецького та Костопільського. Мета проекту – розвиток активності місцевих громад через ефективне використання локальних туристичних можливостей, розвиток активного, еко- та агротуризму. У перспективі передбачено включення туристичних продуктів дестинацій до міжнародної мережі Greenways.

Для дотримання європейської моделі створення багатофункціональних маршрутів розроблена Стратегія розвитку туризму Зеленого шляху «Медове коло». Відповідно до Стратегії, яка базується на особливостях туристичного потенціалу території,



потенційно успішні туристичні продукти «Медового кола» можна об'єднати у три блоки (рис. 1).

У рамках цих трьох блоків пріоритетним є розвиток таких видів туристичної діяльності та рекреаційних занять:

1) «Будь активний!»: велосипедний, водний, кінний, піший туризм, скандинавська ходьба, скелелазіння, мисливство і рибальство.

2) «Відпочивай змістовно!»: бортництво і апітуризм, археологічні реконструкції, експериментальне млинарство, експериментальне човнярство, етнотуризм, військовий, геологічний, релігійний туризм.

3) «Живи здоровово!»: здорове харчування, екотуризм, рекреація та оздоровлення.



Рис. 1. Основні блоки туристичних продуктів
у межах Зеленого шляху «Медове коло»

Унікальними акцентами, які вирізнятимуть туристичні продукти «Медового кола» з-поміж інших, мають стати: бортництво, екологічна освіта, здорове харчування, археологічні пам'ятки.

У 2018 році спільно з компанією «Тур-колекшн» у Рівненській області реалізується проект «Паспорт мандрівника». Це конкурс, метою якого є заохочення туристів подорожувати Рівненщиною. Виготовляється серія туристичних марок (рис. 2) із брендовими зображеннями 30 об'єктів області, які потрібно зібрати та вклейти в паспорт.

Конкурс проводитиметься в три етапи протягом активного туристичного сезону 2018 року. Підсумки будуть підведені до Всеесвітнього дня туризму 27 вересня.

Реалізація амбітних проектів у сфері туристичної діяльності на Рівненщині посприяла зростанню основних показників розвитку туризму упродовж останніх років (рис. 3). Так, в 2017 році на території



Рівненщини перебувало 740 тис. туристів, з них 22 тис. іноземців (визначено за методикою ЮНВТО). Це на 8% відсотків більше, ніж у 2016 році. За тією ж методикою встановлено, що туристи витратили на території області понад 200 млн. грн.



Рис. 2. Туристична марка



Рис. 3. Показники розвитку туризму у Рівненській області у 2017 році

Туристичний збір на території області сплачується засобами розміщення за ставкою від 0,5 до 1%. Всього у 2017 році в області сплачено 308,7 тис. грн. Найбільша частка туристичного збору



припадає на м. Рівне (53 %) та райони Рівненський (24,6%), Сарненський (5,7 %), Володимирецький (5,2%) (див. рис. 4).

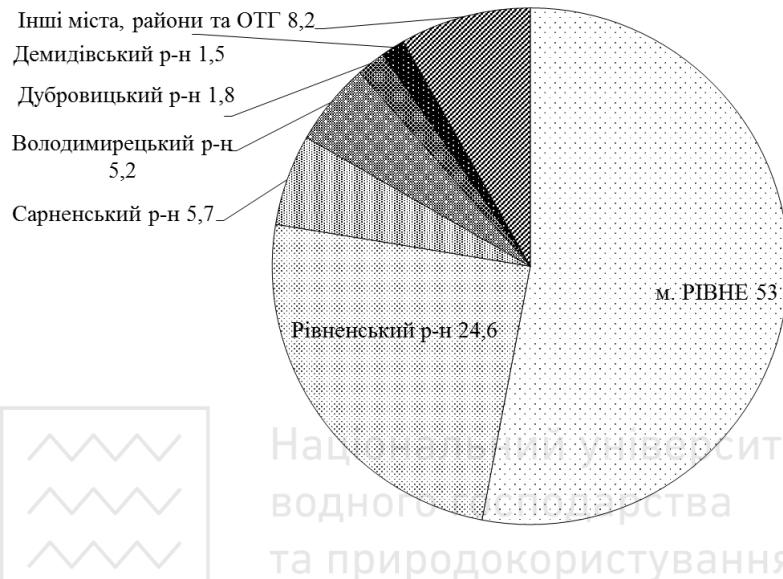


Рис. 4. Туристичний збір (в розрізі бюджетів)

Очевидно, що зацікавленість Рівненщиною існує як з боку вітчизняних, так й іноземних туристів. Питання створення якісної туристичної пропозиції, яка б приваблювала відвідувачів та спонукала їх залишатися в області щонайменше на вихідні, є на часі. Рівненська область має унікальний ресурсний потенціал для цього. Тому продовження планомірного впровадження сучасних комплексних проектів, що базуються на взаємодії усіх гравців туристичного середовища, є пріоритетом на найближчі роки. Саме така стратегія дозволить не лише посилити туристичні позиції Рівненщини на всеукраїнському та міжнародному ринках, а й сприятиме її впевненному соціально-економічному розвитку.



*О.Б. Конарівська, к.е.н., доцент
Степаненко У.С., магістр,
Родюк С.В., магістр*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Проведено загальну характеристику організаційно-правового забезпечення туристичної галузі в Україні. Визначено головні проблеми в чинному законодавстві щодо нормативно-правового забезпечення у сфері туризму. Доведено необхідність розвитку вітчизняного туризму з допомогою національних реформ у цій сфері. Здійснено характеристику державного регулювання туризмом. Визначено шляхи реалізації державної політики у туристичній сфері.

Ключові слова: туристична галузь, ринок туристичних послуг, державна політика, державне регулювання, проблеми розвитку туристичної сфери.

The general characteristic of organizational and legal provision of the tourism industry in Ukraine is carried out. The main problems in the current legislation concerning normative and legal provision in the field of tourism are determined. The necessity of development of domestic tourism with the help of national reforms in this sphere is proved. The characteristic of state regulation of tourism is carried out. The ways of realization of the state policy in the tourism sphere are determined.

Key words: tourism industry, tourism services market, state policy, state regulation, problems of tourism development.

Для вітчизняної економіки сфера туризму є пріоритетною, оскільки безпосередньо впливає на соціально-економічний розвиток України. Проте темпи розвитку туризму є незначними і Україна посідає найнижчі рейтингові позиції на світовому туристичному ринку. Однією із головних причин такого положення є недосконале правове поле.

На сьогодні розвиток вітчизняного туризму потребує активнішої підтримки з боку державних органів влади у плані інформації та



просування туризму, а також забезпечення туристичної інфраструктури. Перед державою стоять такі головні завдання: освоєння нових ринків, забезпечення співпраці у державних і приватних сферах з метою забезпечення інтересів сфери туризму. Туризм необхідно планувати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, зокрема: транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок тощо. Також, потрібно визнати, що реалізація поставлених державою завдань розпочинається і в Україні.

Проведемо аналіз організаційно-правового забезпечення туристичної галузі в Україні.

Правову базу діяльності туристичної галузі країни закладено Законом України "Про туризм" [1] та Законом України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" [2]. Осатаній натепер є основоположним законодавчим актом, що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристичну діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" став правовим підґрунттям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності [2].

Про визнання вагомості туризму, його впливу на розвиток життя країни свідчать Укази Президента України "Про підтримку розвитку туризму в Україні" від 02.03.2001 року та "Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму" [3] від 14.12.2001 року [4].

У працях багатьох вчених економічна діяльність туристичних підприємств досліджується через використання показників фінансового стану, їх розрахунку та аналізу, рентабельності, ефективності використання активів і джерел їх утворення тощо. Водночас не є достатніми результати досліджень, спрямовані на визначення впливу законодавчого та правового забезпечення на підвищення ефективності туристичної діяльності в Україні [8, с. 205].

Ми вважаємо, що найголовнішим фактором впливу на ефективне функціонування туристичної сфери і, зокрема, діяльності туристичних підприємств є організаційно-правове забезпечення.

Так, базовим законодавством в Україні про туризм є Конституція України [5] та Закон України "Про внесення змін до Закону України



"Про туризм" [2], а інші нормативно-правові акти, видані відповідно до базових.

Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі та майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним [6] і Господарським кодексами України [7] з урахуванням особливостей, встановлених Законом України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" [2].

Якщо міжнародним договором України, згода на обов'язковість якого надана Верховною Радою України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені Законом України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" [2], застосовуються правила міжнародного договору.

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, Верховною Радою Автономної Республіки Крим та Радою міністрів Автономної Республіки Крим, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.

До виключчних повноважень Верховної Ради України в галузі туризму належать [2]:

- визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму;
- визначення правових зasad регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація до загальновизнаних норм міжнародного права;
- визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

Верховна Рада України відповідно до Конституції України може розглядати й інші питання, що стосуються туризму. Верховна Рада Автономної Республіки Крим, обласні і районні ради відповідно до їх повноважень [2]:

- затверджують регіональні програми розвитку туризму, що фінансуються з бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів;
- визначають кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів для фінансового забезпечення регіональних програм розвитку туризму;
- контролюють фінансування регіональних програм розвитку туризму за кошти бюджету Автономної Республіки Крим, обласних і районних бюджетів.



Реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом [2]:

- визначення реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання й охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, ліцензування в галузі туризму, стандартизації й сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу);
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм із розвитку туризму.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є [2]:

1. Удосконалення правових зasad регулювання відносин у галузі туризму.
2. Забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць.
3. Розвиток вітного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму.
4. Розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку.
5. Створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валутного, митного, прикордонного та інших видів регулювання.
6. Забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та



малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

Державне регулювання в галузі туризму здійснюється й іншими способами, визначеними Законом України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм". Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є [2]:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;

- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;

- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

У Законі України "Про туризм" [2] визначено, що центральним органом державної виконавчої влади в галузі туризму є Державний комітет України з туризму, повноваження якого визначались законом [2] та положенням, що затверджується Кабінетом Міністрів України. Але у зв'язку з неодноразовою реорганізацією структурних підрозділів уряду Державний комітет України по туризму було реформовано, спочатку в Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму, шляхом об'єднання з іншими комітетами, а з 2002 року створено Державну туристичну адміністрацію України, яка є правонаступницею вищевказаних формувань, реалізує державну політику в галузі туризму й несе відповідальність за подальший його розвиток [8].

На сьогодні центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра інфраструктури України, входить до системи органів виконавчої влади і забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів є Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України).

До головних завдань Держтуризмкурорт України відносяться наступні [9]:



- 1) узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до його компетенції та подає їх Міністру інфраструктури України для погодження і внесення їх в на розгляд Кабінету Міністрів України;
- 2) бере участь у діяльності міжнародних організацій та забезпечує виконання зобов'язань, що випливають з членства в таких організаціях;
- 3) бере участь у розробці міжнародних договорів, готує та подає пропозиції щодо їх укладення та забезпечує виконання Україною зобов'язань за міжнародними договорами;
- 4) бере участь у роботі міжнародних туристичних організацій і у міжнародних заходах з туризму, вживає заходів до міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку;
- 5) здійснює організацію роботи та контроль за виконанням загальнодержавних програм, планів, заходів з питань запобігання корупційним, економічним та іншим правопорушенням;
- 6) забезпечує організаційну, методичну, експертно-аналітичну, інформаційну та іншу діяльність Держтурізмкурорту України;
- 7) забезпечує зв'язок з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, громадськістю та засобами масової інформації;
- 8) видає ліцензії на право здійснення туроператорської діяльності;
- 9) здійснює контроль за додержанням ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності;
- 10) встановлює відповідні категорії об'єктам туристичної інфраструктури (готелям, іншим об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення, закладам харчування, курортним закладам).

Таким чином, в Україні створені організаційно-правові передумови для розвитку туристичної галузі, проте потрібні ефективні реформи, які б змогли гармонізувати чинне законодавство і подолати системні проблеми у даній сфері. Виходячи із проведених досліджень, можна виділити такі ключові проблеми: значна частина природних територій та об'єктів культурної спадщини непристосована для туристичних відвідувань; туристична інфраструктура не відповідає якісним параметрам, а туристичні послуги – вимогам якості обслуговування; недосконале правове поле; відсутність протекціонізму з боку держави; складне фінансово-економічне та політичне становище в країні; недостатність розбудови туристичної інфраструктури; високий рівень тінізації туристичного ринку.

Вивчення проблем туристичної галузі України буде предметом наших подальших досліджень.



Список використаних джерел: 1. Закон України "Про туризм" №1282 від 18.11.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 27.02.2018. – Назва з екрану. 2. Проект Закону України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм" №5591 від 23.12.2016р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 27.02.2018. – Назва з екрану. 3. Указ Президента України "Про підтримку розвитку туризму в Україні" №127/2001 від 02.03.2001 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 27.02.2018. – Назва з екрану. 4. Указ Президента України "Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму" № 1085/2010 від 09.12.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 01.03.2018. – Назва з екрану. 5. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України 28 червня. 1996 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 02.03.2018. – Назва з екрану. 6. Цивільний кодекс України (зі змінами та доповненнями внесеними Законом України від 19 червня 2003 р. № 980-IV) // Зб. сист. законодавства. – 2003. – № 12. – 225 с. 7. Господарський Кодекс України [Електронний ресурс] / Верхов. Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. – Дата звернення 27.02.2018. – Назва з екрана. 8. Школа І. М. Економічний потенціал регіону: пріоритети використання : монографія / Т.М. Ореховська, І.Д.Козменко та ін. – Чернівці , 2003. – 464 с. 9. Положення про Державне агентство України з туризму та курортів : указ Президента України від 8 квітня 2011 року № 444/2011ю- [Електронний ресурс], – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/444/2011>. – Дата звернення 02.03.2018. – Назва з екрану.



М.П. Мальська, В.Л. Кізима, І.З. Жук

Львівський національний університет імені Івана Франка

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Окреслено перелік недостатньо досліджених аспектів і проблем вітчизняного готельного господарства, які потребують теоретичного обґрунтования та нагального практичного вирішення.

Ключові слова: туризм, готельне господарство, управління

The inadequately investigated aspects and problems of the domestic hotel industry, which require theoretical substantiation and urgent practical solution, are indicated.

Key words: tourism, hotel industry, management

Економічні перетворення, які відбуваються у світі та в Україні за останні роки, не оминули туризму як однієї з найбільш динамічних форм торгівлі послугами. У багатьох країнах туризм є прибутковою складовою національного господарства. Розвитку туристичної індустрії сприяють значні обсяги валютних надходжень, високі темпи зростання світової торгівлі, сталість тенденцій і закономірностей розвитку світової економіки.

Туристична галузь, а в її складі – індустрія гостинності, є важливим рушієм розвитку сучасного національного господарства України. Для багатьох країн світу туризм вже давно став одним з важливих джерел наповнення державної скарбниці та доходів суб’єктів господарювання. Ринок готельних послуг є надзвичайно перспективним для інвестування. Створення нових закладів розміщення сприяє підвищенню привабливості туристичної галузі, пожвавленню туристичної активності у регіоні.

Готельна індустрія має велике значення для України, оскільки може виступати катализатором економічного піднесення, залучаючи у бюджет країни значні кошти від зовнішнього туриста, що зупинився у тому чи іншому готелі. Готельне господарство як елемент структури туризму є однією із складових міжнародних відносин, оскільки обслуговуючи зовнішніх туристів, не лише залучає у державний бюджет значні кошти, а й формує імідж країни.

Однак недостатня кількість готельних підприємств в усіх регіонах країни, їх недосконала структура, невідповідність сучасним вимогам обмежують задоволення потреб споживачів у готельних послугах.



Постала необхідність задоволення потреб споживачів готельних послуг саме тими підприємствами готельного типу, які є найдоцільнішими для конкретного регіону. Власники готельних підприємств та інвестори перебувають у пошуку дієвих інструментів оптимізації управлінських рішень, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних готелів, організаційно-економічних механізмів функціонування готельного господарства, які б враховували позитивний історичний досвід розвитку готельного господарства як України, так і зарубіжних країн, здобутки сучасної теорії управління, теорії готельного бізнесу.

Вагомий внесок у дослідження теоретичних і практичних аспектів розвитку та управління готельними підприємствами зробили вітчизняні вчені Л. Агафонова, І. Андренко, С. Байлик, О. Бейдик, М. Бойко, І. Галиця, Т. Дорошенко, В. Євдокименко, В. Кифяк, Л. Лук'янова, М. Мальська, І. Мініч, О. Мельник, Г. Мунін, Л. Нечаюк, І. Пандяк, Н. П'ятницька, Х. Роглев, Н. Телеш, В. Федорченко, В. Худо, В. Цибух, І. Школа, Л. Шматъко та ін.

Теоретичні проблеми і практичні аспекти вирішення завдань розвитку і функціонування сфери готельного господарства, принципи його взаємодії з іншими сферами послуг висвітлено у наукових працях зарубіжних дослідників С. Бартлетта, Ф. Бастіа, Р. Браймера, К. Енертон-Томаса, Д. Ісмаєва, Н. Кабушкіна, В. Квартальнова, Ф. Котлера, Г. Папріяна, Дж. Уокера, Т. Хіма, А. Чудновського, Х.-А. Шреплера та ін.

Однак проблема оцінювання впливу зовнішнього середовища на функціонування готельних підприємств залишається недостатньо дослідженою, а методики аналізу впливу чинників зовнішнього середовища, які використовуються в інших сferах, потребують адаптації до індустрії гостинності через її специфіку. Віддаючи належне напрацюванням економістів, фахівцям у сфері туризму та готельного господарства, на підставі аналізу змісту опублікованих праць присвячених окресленій тематиці, доходимо висновку, що в організації та управлінні вітчизняним готельним господарством є ще чимало недостатньо досліджених аспектів і проблем, які вимагають нагального теоретичного та практичного вирішення.

Насамперед перегляду, уточнення та доповнення потребують засади управління функціонуванням готельного господарства в Україні, оцінка ролі зовнішнього середовища в діяльності готелів та шляхи їх адаптації до змін чинників зовнішнього середовища, способи підвищення привабливості вітчизняної готельної сфери. Теоретична та практична значущість дослідження цих проблем, а також необхідність пошуку напрямів удосконалення організаційно-економічного механізму управління сфери готельного господарства зумовили актуальність пропонованої публікації.



O.В. Мартинюк, к.е.н., доцент

П.В. Тивончук студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню питання розвитку туристичного бізнесу в Україні в сучасних вимогах. Досліджено шляхи реалізації державної політики розвитку туризму.

Ключові слова: туризм, бізнес, розвиток, перспективи, економіка.

The article is devoted to the study of the development of tourism business in Ukraine in modern requirements. The ways of realization of the state policy of development of tourism are investigated.

Key words: tourism, business, development, prospects, economy.

Економіка туристичного бізнесу являє собою, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (турпродукту), яка вивчається економічною теорією, а з іншого боку, є складовою частиною народногогосподарського комплексу країни як катализатора економічного зростання.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує турпродукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікаторм росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколошнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є



матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;

- сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі.

Основною властивістю туризму є його здатність впливати на економіку регіону, країни і світу. На зв'язок між стадіями економічного розвитку країни і характерними рисами розвитку туризму одним з перших звернув увагу американський економіст П. Ротоу ще в 1959 р. Незважаючи на те, що моделі економічного впливу туризму на сферу економіки набагато ускладнилися, гіпотеза П. Ротоу не тільки не застаріла, а й продовжує підтверджуватися новими статистичними даними і сучасними тенденціями.

Якщо оцінювати Україну виходячи з теорії П. Ротоу, то її варто віднести до мінливого суспільства, в якому соціально-економічні умови сприяють пріоритетному розвитку внутрішнього та візового туризму.

Нині туризм у світовій системі господарства займає провідні позиції. Він є невід'ємною складовою розвитку світового ринку. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), ще наприкінці 2000 р. туризм зайняв перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг. У сфері міжнародного туристичного обміну річний оборот склав понад 2 трлн дол. США. На туризм припадає 12% загальноміжнародного національного продукту, 7% світових інвестицій. Туризм забезпечує 5% податкових надходжень. Ще в 1996 р. за валютними надходженнями туризм обійшов експорт нафтопродуктів, телекомунікаційного устаткування, автомобілебудування і всіх інших видів послуг.

Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг задіяно більше 260 млн осіб, що становить 10 % усіх працівників.

Туризм у цілому займає перше місце в світі щодо надання робочих місць. Високими темпами розвивається міжнародний туризм у світі. Якщо в 1950 р. кількість міжнародних мандрівників становила 25 млн, то через 20 років (1970) - збільшилась до 165 млн, ще через 20 років (1990) досягла 450 млн, а в 2000 р. -становила майже 700 млн таких туристів.

І хоч на початку ХХІ ст. через трагічні події в світі уповільнілись темпи приросту кількості подорожуючих до деяких країн, туризм у цілому розвивається досить динамічно.



За даними ВТО, загальна кількість туристів (міжнародних і внутрішніх) з урахуванням екскурсантів становить понад третину населення земної кулі, а прибуток від туризму в світі за 2003 р. перевищив 500 млрд дол. США.

Згідно з прогнозами, кількість подорожуючих уже найближчим часом зрівняється з населенням такої країни, як Китай, а надходження від туризму досягнуть одного трильйона доларів США. ХХІ ст. вважається століттям туризму.

Україна має всі об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку не тільки внутрішнього, а й в'їзного та виїзного туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, Україна володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, багатою флорою і фауною, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, яка швидко розвивається.

У затверджений Кабінетом Міністрів України в 2001 р. список історичних місць внесено 402 міста і селища міського типу, історичні ареали яких розробляються, а деякі вже затверджені. За повідомленням Державного управління екології та природних ресурсів Донецької області, станом на 1 січня 2006 р. природно-заповідний фонд області нараховує 109 об'єктів площею 80174,09 га.

З огляду на місце і роль туризму в світовій економіці, Кабінет Міністрів України 29 квітня 2002 р. затвердив Державну програму розвитку туризму на 2002-2010 рр., у якій надано пріоритет розвиткові в'їзного і внутрішнього туризму. На основі державної програми розроблені і виконуються регіональні програми та програми окремих туристичних центрів. Розвиток туризму в них узгоджено з такими секторами економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення. Туризм розглядається як один з найбільш перспективних напрямів структурної перебудови економіки.

Починаючи з 2001 р., обсяг споживання товарів і послуг туристичної сфери діяльності і галузей, що забезпечують внутрішні і міжнародні туристичні потоки в Україні, становив близько 22 млрд грн, а в 2004 р. цей показник зрос майже в 1,6 разу і становив 35 млрд грн.

Результатом виконання програми розвитку туризму в Україні стало перевищення темпів зростання кількості в'їзних туристів над виїзними. Зокрема, кількість в'їзних туристів порівняно з попереднім роком збільшилась у 2002 р. на 14,6 %, у 2003 р. - на 19,0, у 2004 р. - на 24,9, а виїзних у 2002 р. скоротилася на 0,8%, у 2003 р. - зросла на 0,4, у 2004 р. приріст становив 4,7%. Наведені співвідношення змін кількості



в'їзних і виїзних туристів привели до того, що в 2004 р. кількість в'їзних туристів перевищила кількість виїзних на 16,5 % (у 2002 р. кількість виїзних туристів перевищувала кількість в'їзних на 20,2 %).

Особливо слід вказати на активізацію внутрішнього туризму. Так, приріст кількості внутрішніх туристів порівняно з попереднім роком у 2002 р. становив 4,1 %, у 2003 р. - 5,3, а в 2004 р. - 7,7%.

Говорячи про матеріальну базу України для прийняття туристів, слід сказати про наявність майже 5 тис. закладів для їхнього розміщення. На постійній основі в туристичній сфері діяльності в Україні працює понад 200 тис. осіб і майже 1 млн сезонних працівників. Загальний обсяг туристичного споживання збільшився в нашій країні у 2004 р. на 65,8 % порівняно з 2001 р. Туристичний сезон 2005 р. характеризується продовженням загальних позитивних тенденцій розвитку туризму, які спостерігалися, починаючи з 2001 р. За даними Держприкордонслужби України, темпи приросту кількості в'їзних туристів перевищили в 2005 р. темпи приросту кількості виїзних туристів на 8%.

Реалізація державної політики розвитку туризму здійснюється шляхом:

- визначення пріоритетних напрямів туристичної діяльності;
- відновлення та охорони туристичних ресурсів;
- залучення громадян до раціонального використання вільного часу (змістовний відпочинок, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, організація рекреації, оздоровлення і т.п.);
- удосконалення нормативно-правової та податкової бази туризму, адаптації її до світових стандартів і контролю за дотриманням законодавства;
- упровадження пільгових умов для малозабезпечених верств населення;
- стимулювання інвестицій у туризм і розвиток туристичних ресурсів;
- гарантії безпеки туристів, захисту їхніх прав, інтересів і майна;
- організації розвитку системи наукового забезпечення туризму, підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів для сфери туризму;
- ліцензування туристичної діяльності, стандартизації та сертифікації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу тощо;
- встановлення єдиної системи статистичного обліку та звітності у сфері туризму та курортно-рекреаційного комплексу;



- розвитку співробітництва із закордонними країнами і міжнародними туристичними організаціями;

- участі в розробленні та реалізації міжнародних програм розвитку туризму тощо.

На розвиток туризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі (рис. 1.1). Наведені на рисунку фактори впливу на туризм в Україні визначили цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туристичного бізнесу, передбачені законом України "Про туризм".

Основні цілі державного регулювання туристичної діяльності:

. - забезпечення прав громадян на відпочинок, відновлення та зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;

- захист прав і законних інтересів туристів і суб'єктів туристичного бізнесу;

- відновлення та збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання й охорона при плануванні та забудові територій, на яких розміщені об'єкти туристичних відвідувань;

- створення сприятливих умов для удосконалення й розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

До основних пріоритетних напрямів державної політики розвитку туризму відносяться:

- удосконалення правових зasad регулювання туристичних відносин;

- становлення туристичного бізнесу як високорентабельної галузі економіки;

- заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму та створення нових робочих місць;

- сприяння розвитку в'їзного та внутрішнього туризму, сільського та екологічного (зеленого) туризму;

- розширення міжнародного співробітництва у сфері туристичної діяльності та утвердження України на світовому туристичному ринку;

- гармонізація законодавства України про туризм до світових вимог, створення нормативної бази функціонування систем стандартизації та сертифікації робіт і послуг в туристичному бізнесі тощо.



Рис 1.1 Умови розвитку туристичного бізнесу

Розвиток туристичного бізнесу в Україні відбувається на ринкових засадах, але не знаходиться у "вільному плаванні", бо регулюється державою на основі законодавства, національної політики та індикативного планування всіх видів туризму.

Список використаних джерел: 1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – К.: Центр наукової літератури, 2007. – 224 с.



Matthnai Ekouaghe, student,
Faculty of international economic relations, Kharkov National
University of Economics, Kharkov Ukraine

TOURISM AND CRYPTOCURRENCIES CHALLENGES AND PROSPECTS OF A POTENTIAL ECONOMICAL MODEL

Both fiat currency and cryptocurrency can be called money or currency, both are mediums of exchange that are used to store and transfer value, both can be used to purchases goods and services, both have their value governed by supply, demand, work, scarcity, and other economic factors, both have their value affected by the quality of the system surrounding it, both can be traded on exchanges, etc. For most major economies, the floating exchange rate system is the norm, meaning the currency's value is allowed to fluctuate in accordance with the foreign-exchange market. Currency rates are influenced by numerous fundamental and technical factors that are usually in a state of perpetual flux. These include interest rate differentials, economic performance, supply and demand of the two currencies, and inflation. If an individual run a travel business, he'll be directly impacted by fluctuating currency rates, the advent of cryptocurrencies could be the beginning of a new way to exchange value. This development can easily be associated with how email disrupted the post office. But with the difficulties with the Conversion between fiat money and cryptocurrencies, this remains a significant obstacle on the vendor side of things in the tourism industry.

The purpose of this paper is to understand how important is the potential of cryptocurrency exchange in the tourism market, and which challenges this economic model may face.

Key words: cryptocurrency, Tourism, Bitcoin, Blockchain , transfer value, travel expenses

Challenges of cryptocurrencies exchange in the tourism services market

In this era of bitcoin and other unpredictable investment options, smart speculators should consider hedging their bets on a sector that has shown consistent growth since the 2009 global economic crisis: tourism. This is the third-largest export sector in the world and grew by a remarkable 7% in 2017. Tourism is expected to grow at a healthy rate of 4%-5% in 2018, and to continue this trend right up until 2030.

Tourism industry is a set of business fields that produce various services and goods needed by those who travel wisata. Setiap products, whether real or virtual presented to meet the needs of a particular human, should be assessed as an industrial product. If a product pickup arises between companies and organizations in such a way as to characterize their overall



function and determine its place in life, it should be considered an industry. By far the biggest issue in the cryptocurrency market is the excessive volatility. The prices of cryptocurrencies on exchange platforms rise and fall dramatically over a short period of time. When a tradable asset can drop by as much as 49 percent in less than 24 hours, then the volatility of the market is high. There are a number of reasons that contribute to the excessive volatility in the market but perhaps the biggest contributor is the activities of “whales”.

Despite skeptics and setbacks, the value of bitcoin continues to rise, and every day more and more people come around to learning about how cryptocurrencies work, recognizing that they aren't just some shady underworld scrip. However, spending bitcoin continues to be a considerably greater challenge than hoarding it.

It is therefore also a speculative bubble. Sooner or later, its course may collapse. A good advance of 1685% which can also be explained by the influence of brand support but the Problem here is that for the moment, the bitcoin has no other value than the one that the speculators want to give them, so with all what being said are cryptocurrencies adequate for businesses in tourism?

Adequacy between cryptocurrencies and economical prospects in the tourism market

Despite these facts, the cryptocurrencies remain a great opportunity for businesses and public or private organizations in the tourism industry.

The tourism market continues to grow year by year and more than 1.8 billion tourists are expected by 2030. Revenues earned by international tourism amounted to 1200 billion dollars in 2016. With the recent turmoil in currencies has a direct impact on tourists' choices and is forcing industry professionals to constantly adapt.

In most countries of the world the practical use of cryptocurrency for non-investment purposes is difficult due to the lack of a legislative base, it is possible to convert them into real money, goods, and services.

Everyone loves to travel, and that is not a secret. Moreover, that is probably why there are dozens or even hundreds of websites to find plane tickets, to book hotels and endless reviews and blogs about the best restaurants, landmarks and attractions. Tourism is a massive industry and it seems that Bitcoin travel has taken over. The ecosystem of companies and establishments offering Bitcoin deals to travelers is becoming ever more sophisticated.

As bitcoin becomes a more widely used currency, travelers can use it as their primary source to pay for their travel expenses beyond their plane tickets and hotel rooms. Nowadays, taking bitcoin instead of, or to



complement cash and credit cards, can be very useful. Local bitcoin exchanges would allow users to change their coins for local currency. The fact that bitcoin is a web-based currency, will let travelers go through border controls without facing scrutiny from the authorities regarding the amount of cash they carry with them.

Additionally, bitcoin accounts can reduce the risk from pocket pickers that travelers face. This is a tangible physical security advantage that bitcoin bestows upon its users that is especially necessary while travelling. This means that using bitcoin on your next trip, can give you the kind of travel insurance no one else can! Besides those advantages, bitcoin allows travelers to have a safe money reserve if they lose their physical wallets, their credit cards or their cash.

Tourism professionals have begun to accept bictoin as a bargaining chip, and guard against sharp currency fluctuations by hedging through providers like Coinbase, who administer the payment system and protect against currency risks. Unfortunately, this currency problem is also indicative of the volatility of bitcoin, a consequence of the intense infatuation it arouses with investors. In 2017, the value of bitcoin went from \$ 1,000 to \$ 16,800!

The Blockchain technology is revolutionary. Yet investors are throwing millions at cryptocurrencies offering terrible value propositions. Develloping countries could use cryptocurrencies to boost their investment level in tourism services. The recent example of this assertion is the island of Aruba; better prepared for the future. Most notably, the island is exploring its own digital fiat with cryptocurrency startup Bitt, and Aruba's Central Bank believes this could boost the island's GDP.

But while blockchain's potential for travel and tourism businesses has been much-vaunted (Winding Tree has previously inked a deal with major airline Lufthansa), its Aruba project is on track to be the first fully implemented blockchain-based marketplace for travel. The tourism industry especially benefits from the low transaction cost of the bitcoin, less than any credit card, promissory note or electronic transfer through PayPal. It works in a 24/7/365 regime, that is, there are no opening hours for banks or holidays for any international transaction. In addition to the convenience and security, the use of cryptocurrency also lowers the cost of accessing quality healthcare across the globe by eliminating currency exchange rates between countries, contributing to overall increases in healthcare costs, particularly for medical tourists from less developed countries. Medical tourists are likely to continue to utilize cryptocurrency and blockchain technology to send payments because of the ease, confidentiality, and borderless nature of the emerging technology.



Tourism is increasingly global and digital. What would be paradoxical is that this technological revolution would not transform our political, social, cultural and economic organization as well. If banks anticipate the future by embracing Blockchain technology, tourism companies will soon be forced to do so as well or face competition from these financial institutions. The Blockchain technology will manage the tourism of the future as well

List of sources: 1. Currency Wars: The Making of the Next Global Crisis by James Rickards, 304 pages 2. Mastering Bitcoin: Programming the Open Blockchain 2nd Edition by Andreas M. Antonopoulos , 408 pages 3. Cryptocurrency: How Bitcoin and Digital Money are Challenging the Global Economic Order by Paul Vigna (Author), Michael J. Casey , 368 pages 4. Aruba looks to ethereum to boost tourism –url : <https://www.coindesk.com/blockchain-beach-aruba-looks-ethereum-sustain-tourism/> 5. An Overview of Cryptocurrencies for the Savvy Investor–url : <https://hackernoon.com/all-you-need-to-know-about-cryptocurrencies-an-overview-for-the-savvy-investor-bdc035b14982> 6. La technologie blockchain devrait bouleverser le secteur du tourisme selon un dirigeant de l'agence russe pour le tourisme – url : <https://www.crypto-france.com/technologie-blockchain-bouleversement-secteur-tourisme/> 7. The cryptocurrency guide for tourist, “TIO”–url :<https://medium.com/@bdhykseen/the-cryptocurrency-guide-for-tourist-tio-8f50ab487923> 8. How Fluctuating Currency Rates Affect Travel Industry by Jack Gordon url-<http://smallbusiness.chron.com/fluctuating-currency-rat>



та природокористування



УДК 316.334:338.48

Романів О. Я., к. геогр. н., доцент

Житомирський державний технологічний університет

Свиридович Т.М.

Вежицький НВК Рокитнівського району Рівненської області

СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС ЯК ПЕРЕДУМОВА ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ НАСЕЛЕННЯ РОКИТНІВСЬКОГО РАЙОНУ

Обґрунтовано на основі даних авторських соціологічних досліджень соціально-демографічні та ціннісні передумови туристичної активності населення Рокитнівського району.

Ключові слова: туризм, соціальний статус, соціологія туризму

The socio-demographic and valuable preconditions of tourist activity of Rokitnivsky district population are grounded on the basis of author's sociological research data.

Key words: tourism, social status, sociology of tourism

Соціологія туризму - напрям в прикладній соціології, пов'язаний з дослідженням різних аспектів розвитку туристської діяльності за допомогою соціологічних методів і процедур. Дана сфера зорієнтована на вивчення чинників розвитку туризму, у тому числі й соціально-демографічних характеристик.

Туризм як соціальний феномен є масштабним суспільним явищем, яке з'явилося із формуванням у суспільстві так званого середнього класу. Як зауважує С.В. Горський, "умовою існування туризму як сучасного суспільного явища є наявність у населення вільного часу, вільних коштів, а також наявність у представників різних соціальних груп сформованих установок на мандри і пізнання світу, а також на інші форми поведінки, що реалізуються під час туристичної діяльності" [1].

Основу розвитку туризму забезпечує наявність середнього класу населення, оскільки нижчі страти не мають достатніх можливостей для такого виду дозвілля, а представників багатої еліти, як правило, не дуже багато, щоб закласти гарну базу для туристичної індустрії. [1] Виходячи з цього, постає потреба широкого вивчення, в тому числі й засобами соціології, становлення середнього класу в суспільстві з точки зору вивчення такого соціального інституту як туризм.

Соціологічним опитуванням в Рокитнівському районі, було опитовано 100 осіб у віці від 15 до 49 років. Міські жителі (смт Рокитне) представляли 17% опитаних, решта респондентів проживали



у сільській місцевості (села Переходичі, Старе Село, Вежиця). У загальній чисельності опитаних жінки становили 58%, відповідно чоловіків серед респондентів було 42%. Найбільш численною серед респондентів була вікова група 25-29 років (22%) та 30-34 років (20%).

Суттєвий вплив на формування туристичної активності спрямують фактори соціального характеру, як-от: особливості способу життя, звичаї та традиції (у т. ч. національні, релігійні тощо). Населення Рокитнівського району є досить мононаціональним. Це відобразилося й на структурі опитаних: серед них 99% – українці, 1% – представники білоруської національності. Переважна більшість респондентів (68%) є прихильниками православної церкви. Значна частина опитаних є представниками громад протестантських церков: 19% – ХВЄ, 2% – п'ятидесятники, 2% – інші. Ще 3% опитаних вказали, що не мають жодних релігійних поглядів. 89% усіх респондентів заявили, що вони є «віруючими або, скоріше, віруючими»; решту представляли ті, кому було важко відповісти на це запитання.

Важливою якісною соціально-демографічною характеристикою, яка, хоч і не безпосередньо є однозначно, однак впливає на туристичну активність – освітній рівень. Особи, які закінчили професійно-технічні навчальні заклади, становили 14%, контингент осіб з базовою і неповною вищою освітою – 7% та з повною вищою освітою – 23%.

За соціально-професійною структурою найбільш чисельною серед опитаних була група зайнятих у домогосподарстві (25%) та безробітних (17%). Відносно чисельною була група рядових спеціалістів та їх помічників – 11%. Інші соціальні групи, що представлені серед респондентів: топ-менеджери й власники підприємств та фірм, фермери, самозаняті – 6%; державні службовці, керівники та управлінці середньої ланки – 7%; професіонали, зайняті висококваліфікованою розумовою працею – 5%; технічні службовці – 2%; кваліфіковані працівники переважно фізичної праці – 5%; напів- і некваліфіковані працівники – 8%; студенти та учні професійно-технічних навчальних закладів та загальноосвітніх шкіл – 14%.

За відповідю на питання стосовно принадлежності до того чи іншого соціального прошарку (за самовизначенням) респонденти розподілились таким чином: 74% віднесли себе до середньої страти, 2% — до прошарку «нижче середнього», 15% — до соціальної групи «вище середньої», 2% визначили свій соціальний статус як «низький», 6% — як «високий», жоден з опитаних не відніс себе до «дуже низького» прошарку, і лише 1% віднесли себе до «дуже високого». Про специфічні риси розподілу за соціальними прошарками окремих категорій респондентів дозволяє судити порівняння даних отриманих



нами по сільських жителях Рокитнівського району із даними, отриманими під час всеукраїнського опитування за аналогічними питаннями (рис. 1). Сільські жителі Рокитнівського району у цілому визначають свій соціальний статус більш високими оцінками, як середньостатистичний мешканець сільської місцевості України.

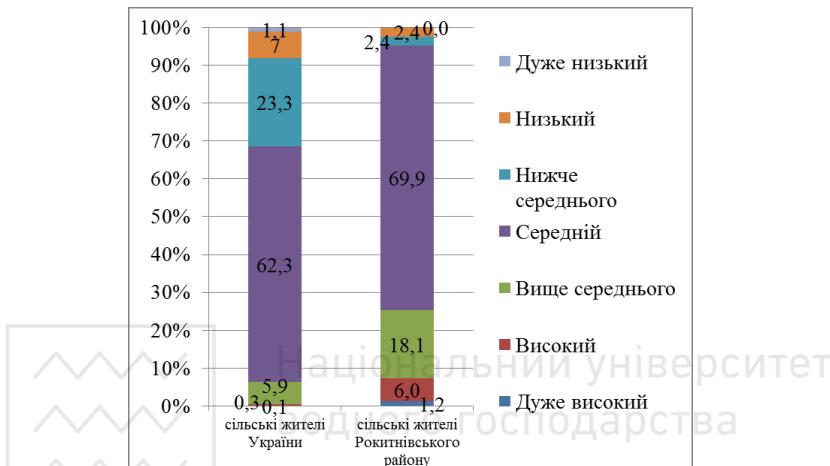


Рис. 1. Порівняння розподілу сільських жителів за соціальними прошарками (за самовизначенням) у Рокитнівському районі та Україні (всеукраїнські дані наведено за [2])

В цілому жителі Рокитнівщини не вбачають суттєвої різниці між рівнем життя в своїй місцевості та в решті регіонів України, про що засвідчили отримані нами результати (табл. 1).

Таблиця 1

Відповіді на питання: «Якщо матеріальне становище типової родини України взяти за середній показник, то як Ви у порівнянні з ним оцінюєте матеріальне становище Вашої родини?»

Варіанти відповіді	%
1. Дуже високе	1
2. Високе	3
3. Вище за середнє	15
4. Середнє	69
5. Нижче середнього	10
6. Низьке	2
7. Дуже низьке	0

Більш конкретні оцінки матеріального становища сімей можна отримати з використанням конкретних критеріїв. Так, перепоною для



входження значної частини населення до так званого «середнього класу» часто є дефіцит фінансових ресурсів. 32% опитаних зазначили, що «вистачає на харчування, одяг, взуття, дорогі покупки (телевізор, холодильник тощо). Для таких покупок, як нова машина, дачна ділянка тощо, необхідно збирати або позичати гроші.». Ще 38% респондентів вказали, що позичати кошти та брати кредити їм доводиться навіть і для менш крупних покупок. Лише 5% вказали, що «будь-які покупки можемо зробити в будь-який час». Водночас є 2% населення, які змушені заощаджувати навіть на харчах (табл. 2). Привертає увагу в цілому більш висока частка найбідніших респондентів серед осіб, які мають у сім'ях дітей. Так, у сім'ях з трьома дітьми і більше частка тих, хто змушений заощаджувати навіть на харчах становить 7%.

Таблиця 2
Рівень матеріального забезпечення респондентів

Варіанти відповіді	Усі респонденти	Респонденти, що мають у сім'ях 3 і більше дітей
Будь-які покупки можемо зробити в будь-який час	5	6,7
Вистачає на харчування, одяг, взуття, дорогі покупки (телевізор, холодильник тощо). Для таких покупок, як нова машина, дачна ділянка тощо, необхідно збирати або позичати гроші	32	33,3
Вистачає на харчування, одяг, взуття, інші покупки. Для придбання дорогих речей (велика побутова техніка — телевізор, холодильник, комп’ютер, пральна машина) необхідно збирати або позичати гроші	38	26,7
Вистачає на харчування і необхідний одяг, взуття. Для таких покупок, як красивий костюм, мобільний телефон, мала побутова техніка (праска, пилосос тощо), необхідно збирати або позичати гроші, брати кредит	16	16,7
Вистачає на харчування. Для придбання необхідного одягу, взуття треба збирати або позичати гроші	7	10,0
Змушені заощаджувати навіть на харчуванні	2	6,7

Оцінка житлових умов респондентів свідчить про задовільний їх стан, оскільки 93% з опитаних мешкають у приватних будинках або займають частину будинку, решта мають окремі квартири.

У сім'ях респондентів переважно по двоє дітей (26%). Проте значною є частка і сімей із трьома (13%) та більше дітьми, що є типовим для Рокитнівського району. Найважливішою цінністю у житті, на думку переважної більшості респондентів, залишається сім'я та діти (табл. 3). Причому, ці цінності у більшій мірі характерні жителям Рокитнівського району, ніж середньостатистичному українцю. Натомість інші цінності, як-от політика, вільний час, робота, мають



приблизно однакову вагу у шкалі цінностей. Зауважимо також, що вищими, ніж у середньому по Україні, є важливість релігії для мешканців Рокитнівщини.

Таблиця 3

Розподіл респондентів за відповідями на питання щодо важливості для них певних життєвих цінностей: порівняння даних Рокитнівського району та України*, %

	Сім'я	Друзі	Вільний час	Політика	Робота	Діти	Релігія	Хобі, захоплення
Дуже важливо	94 / 86	45 / 45	33 / 33	11 / 5	58 / 55	85 / 73	59 / 16	29 / 17
Скоріше важливо	4 / 12	43 / 47	49 / 51	33 / 25	33 / 36	12 / 17	27 / 41	41 / 47
Скоріше не важливо	1 / 1	6 / 8	13 / 15	27 / 42	5 / 7	1 / 6	7 / 29	23 / 28
Зовсім не важливо	1 / 1	2 / 1	2 / 2	28 / 29	1 / 3	0 / 4	3 / 13	4 / 8

*Дані по Рокитнівському району наведено у чисельнику, по Україні – в знаменнику. значення по Україні наведені за [2]

Позитивним підсумком опитування можна вважати те, що на запитання «Чи можете Ви сказати, що щасливі?» більшість опитаних (69%) відповіла позитивно – «досить щасливі», а 22% обрали навіть варіант «дуже щасливий».

Враховуючи отримані результати, можемо зробити висновок, що у Рокитнівському районі склалися досить сприятливі соціальні передумови для підвищення туристичної активності населення. Цьому сприяє те, що переважна частина населення може легко задовільнити свої базові матеріальні потреби та визначає дозвілля, хобі та захоплення вагомою складовою свого життя. Позитивне оцінювання свого соціального статусу значною частиною опитаних та суб'єктивне відчуття ними задоволеності своїм життям також підтверджує наші висновки. З огляду на соціально-демографічний портрет місцевого населення та рейтинг життєвих цінностей респондентів вважаємо, що затребуваними можуть бути туристичні продукти у сфері релігійного туризму, дитячого туризму (оздоровчого, пізнавального, активного), а також бюджетні туристичні пропозиції, зорієнтовані на участь у турі всієї сім'ї.

Список використаних джерел: 1. Горський С.В. Соціологія туризму // Філософія туризму. К.: Кондор, 2004. 268 с. 2. Шлюб, сім'я та дітородні орієнтації в Україні. — К.: АДЕФ-Україна, 2008. — 256 с.



*A. A. Роксоладка, д.е.н., професор,
Н. О. Сагалакова, д.е.н., доцент*

Київський національний торговельно-економічний університет

СТРУКТУРНО-ДИНАМІЧНИЙ АНАЛІЗ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У статті проведено дослідження стану та основних тенденцій розвитку національного ринку туристичних послуг. Проаналізовано структуру і динаміку в'їзних та виїзних туристичних потоків України. Визначено фактори впливу на розвиток туризму.

Ключові слова: ринок туристичних послуг, туризм, туристичні потоки, в'їзний туризм, виїзний туризм, тенденції розвитку.

The article analyzes the state and main trends of the development of the national tourism services market. The structure and dynamics of inbound and outbound tourist streams of Ukraine are analyzed. The factors of influence on the development of tourism are determined.

Keywords: market of tourist services, tourism, tourist streams, inbound tourism, outbound tourism, development trends.

Туризм – одна із найважливіших форм міжнародної співпраці, що забезпечує багатьом країнам світу основні бюджетні доходи та зростання рівня зайнятості населення. Так, за даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO), у 2017 р. на сферу туризму припадало близько 10% світового валового внутрішнього продукту, кожне 10-те робоче місце у світовій зайнятості, 1,4 трлн доларів США валютних надходжень, 7% обсягу світового експорту, 30% обсягу світової торгівлі послугами [1].

Туристична галузь України є невід'ємною складовою частиною світового туристичного процесу. Але, на жаль, Україна на сьогодні значно поступається світовим тенденціям розвитку туристичного ринку. У рейтингу країн за показниками міжнародних туристських прибуттів вона спустилася з 12 місця у 2010 р. до 25 місця у 2017 р., за обсягом валютних надходжень від туризму займає 88 місце, у валовому внутрішньому продукті країни частка туризму становить менш як 1%.

Проблема неповного використання потенціалу туризму як потужної складової національної економіки підтверджується зниженням розвитку галузі через військово-політичну та економічну кризу в Україні.

Динаміка туристичних потоків упродовж 2000–2016 рр.



відрізняється стохастичною процесів (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка туристичних потоків України за 2000–2016 pp. [2]

За даними Державної прикордонної служби України, у 2016 р. порівняно з 2013 р. в'їздний туристичний потік до країни зменшився на 46,0%. Слід зауважити, що кількість громадян України, які виїжджають за кордон у 2016 р., на 11,3 млн осіб перевищує кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну [2].

Воєнні дії на сході країни, анексія території АР Крим, девальвація національної валюти негативно вплинули на стан туризму в Україні, з 2014 р. намітилася негативна тенденція до зменшення чисельності тих, хто подорожує. Зменшення обсягів в'їзного туристичного потоку упродовж 2014–2016 рр. відбулося за рахунок зменшення числа поїздок зі службовою, діловою та дипломатичною метою – на 80,0%; з організованого туризму – на 64,6%; з приватною метою – на 28,7%.

Аналіз структури в'їзних туристичних потоків в Україну показав, що у 2016 р. іноземні громадяни найчастіше відвідували нашу країну з приватною метою (97,2%), частка ж організованого туризму склала лише 1,3%.

Найбільші потоки в'їзду іноземних громадян до України у 2016 р. спостерігалися з країн, серед яких: Республіка Молдова (32,2%), Білорусь (13,7%), Російська Федерація (11,1%), Угорщина (9,5%),



Польща (9,0%), Румунія (5,8%), Словаччина (3,1%) та Німеччина (1,3%).

Для з'ясування причин, що стимулюють розвиток в'їзного туристичного потоку в Україну, було проведено опитування 500 іноземних туристів. Іноземцям було поставлено два запитання: чим вони задоволені і чим не задоволені в Україні (рис. 2).



Рис. 2. Результати опитування іноземних туристів щодо задоволеності сервісом в Україні [3]

Результати проведеного опитування показали, що іноземних туристів не задоволяє якість обслуговування в українських закладах харчування та розміщення (45% від опитаних), претензії виникають до громадського транспорту і таксі (30%), є нарікання на погані дороги (10%), бруд у громадських місцях (10%), недостатню кількість розваг для дітей (10%), невиправдано високі ціни (10%) та складнощі з орендою житла.

До позитиву іноземці відносять природні ландшафти, особливо Карпат та Дніпра (85%), національну кухню (85%), привітність та гостинність українців (80%), красу українських міст та історичних пам'яток (70%), нічні клуби (10%).



Як бачимо, 10% іноземних туристів не задоволені цінами в Україні. Досить високі ціни, на їхню думку, на послуги проживання в готелях. Готельний ринок м. Києва формує приблизно 100 готелів різних категорій із загальним номерним фондом близько 10 000 номерів.

Згідно з даними представленими провідним консультантом на ринку комерційної нерухомості України «Colliers International» [4], станом на кінець червня 2017 р. у м. Києві функціонувало 28 готелів категорії 4-5 зірок, 51 готель – категорії 2-3 зірки і близько 21 готелю – категорії 1 зірка. Найбільш численною є категорія 3 зірки – близько 42% всього номерного фонду. Однак варто звернути увагу, що серед 60 готелів середнього цінового сегмента менше половини відповідають європейській класифікації готелів середнього цінового сегмента.

Відсоток заповненості та середня вартість номера у готелях м. Києва у 2009–2016 рр. наведено на рис. 3.



Рис. 3. Заповнюваність та середня вартість номера (ADR) у готелях м. Києва, 2009–2016 рр. [4]

Запитувана середня вартість номерів (ADR) у готелях м. Києва на кінець 2016 р. порівняно з аналогічним періодом 2015 р. збільшилася на 19 євро або на 12,3%. Заповнюваність готелів в категорії 4 і 5 зірки у 2016 р. склала близько 40-45%, в категорії 3 зірки – 50-55%.

Проведення Чемпіонату світу з Хокею і «Євробачення-2017» сприяло незначному підвищенню туристичної активності і, як



результат, збільшилася кількість поїздок як із-за кордону, так і з інших міст України. За офіційною інформацією Управління туризму та промоції Київської міської державної адміністрації [5], в столицю на пісенний конкурс «Євробачення-2017» приїхало близько 60 тисяч туристів, із них близько 20 тисяч – це іноземні громадяни та близько 40 тисяч громадян із інших міст України. У той же час істотно поліпшили заповнюваність вдалося тільки тим готелям, які офіційно приймали делегації.

На наш погляд, для ефективного розвитку туризму в Україні необхідно вжити таких заходів:

- розробити методику комплексної оцінки туристичних ресурсів, їх класифікації та категоризації, ефективну систему маркетингу й менеджменту;
- забезпечити державну підтримку перспективних прикладних досліджень у туристичній галузі;
- удосконалювати діяльність туристичних представництв України за кордоном;
- досліджувати та впроваджувати прогресивний міжнародний досвід державного управління і регулювання туристичної галузі;
- розробити відповідні методичні та методологічні рекомендації щодо подальшого реформування системи підготовки фахівців-менеджерів відповідного спрямування;
- досягти конкурентоспроможності національного туристичного продукту.

Реалізація цих рекомендацій сприятиме підвищенню ефективності використання туристичного потенціалу країни, зростанню конкурентоспроможності туристичних підприємств, збільшенню надходжень до бюджету, скороченню рівня безробіття в регіонах, залученню реальних інвестицій в сферу туризму.

Список використаних джерел: 1. The World Tourism Organization (UNWTO). Official website. URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення: 01.02.2018). 2. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.02.2018). 3. Майже половина іноземних туристів незадоволені українським сервісом. URL: http://espresso.tv/news/2015/08/31/mayzhe_polovyna_inozemnykh_turystiv_nezadovoleni_ukrayinskym_servISOm (дата звернення: 01.02.2018). 4. Міжнародна компанія «Colliers International». Інфографіка підсумків 2017 року у сфері готельної нерухомості. URL: http://www.colliers.com-/media/files/emea/ukraine/research/2017_h1_hotels_rus.jpg?la=ru-ua (дата звернення: 01.02.2018). 5. Управління туризму та промоції Київської міської державної адміністрації. Офіційний веб-сайт. URL: <http://www.visitkyiv.travel> (дата звернення: 01.02.2018).



I.G. Смирнов, д.геогр.н., професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТУРИСТИЧНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ В УРБОТУРИЗМІ: ЛОГІСТИЧНИЙ АСПЕКТ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті розкрито сутність та практичне застосування логістичної концепції сталого розвитку урботуризму на прикладі Києва та Львова, які на сьогодні відрізняються найбільшою кількістю туристів серед міст України. Виділено та розкрито структуру та основні складники цієї концепції, звернуто увагу на її географічні та екологічні аспекти, зокрема, на проблему накопичення та переробки міських відходів з урахуванням туристичного споживання та її вирішення на підставі зворотної логістики.

Ключові слова: урботуризм, логістика, зворотна логістика, туристична децентралізація, туристичні відходи, рециркуляція.

The article reveals the essence and practical application of the logistic concept of sustainable urban development, or urban tourism on the example of Kyiv and Lviv, which today differ by the largest number of tourists among Ukrainian cities . The structure and the main components of this concept have been identified and exposed, attention has been paid to its geographical and ecological aspects, in particular the problem of municipal waste collection and recycling, taking into account tourist consumption and the problem's solution on the basis of reverse logistics application.

Key words: urboturism, logistics, reverse logistics, tourist decentralization, tourist waste, recycling.

Нині проблема сталості туризму є загальновизнаною у світі. Це стосується і міського туризму, пов'язаного з великим напливом туристів до міст, насамперед, столичних, що спостерігається практично в усіх країнах світу. Разом з тим виділяються міста – найбільші світові центри туризму, такі як Лондон, Вашингтон, Нью-Йорк, Париж, в Україні – Київ, Львів тощо. У таких містах спостерігається підвищена концентрація туристів, відповідно – значний туристичний тиск (навантаження) на ресурсну базу туризму. Це призводить до швидкого «зносу» туристичних об'єктів в містах, а на їх відновлення потрібно багато часу і коштів. Тому актуальною є проблема регулювання туристопотоків (туристична децентралізація), у містах на підставі логістичних підходів. Саме на цій основі автором розроблено логістичну теоретичну концепцію сталого розвитку туризму в містах, яка практично перевірена на прикладі таких міст



України, як Київ та Львів. Туристичне перенавантаження міст має й інший наслідок – це різке зростання обсягу відходів. З цим вже зіштовхнувся Львів, туристичний рекорд якого (2,6 млн туристів у 2016 р. – перше місце серед міст України) співпав з початком «сміттєвої» кризи. У той же час Київ презентує ефективний «рецепт» вирішення проблеми накопичення та переробки міських відходів, включаючи туристичні «залишки».

З початку ХХІ ст. туризм у містах, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації, став ключовим чинником розвитку міста та його господарства. Це стало підґрунтям для досліджень з теоретичного осмислення феномену міського туризму у всій його складності та спроб практичного впровадження результатів цих досліджень. На даний час, незважаючи на досить грунтовне висвітлення даної проблематики – міського туризму (урботуризму), однозначного тлумачення сутності й змісту цього поняття поки що не існує. Це пов’язане, насамперед, з диференційованими підходами у різних країнах до визначення міста та туристичної діяльності у міському середовищі. Отже, міський туризм (англ. City Tourism або Urban Tourism, нім. Stadttourismus) – новітнє поняття та концепція, що сформувалося у світовій туристичній науці та практиці наприкінці ХХ ст. Перші наукові праці з цього напрямку належать німецьким вченим Г.Лезеру, Г.Нойенфельду та О.Розе (1980-1990-х рр.). Так, словник Г.Лезера (1997 р.) визначає міський туризм, як «короткострокове (зазвичай 1-4 дні) відвідування міста з наступних причин: а) інтерес до історії або культури; б) участь у подієвих заходах; в) придбання різноманітних товарів. Часто така подорож здійснюється у формі екскурсії на вихідних та може відбуватися як індивідуально, так і у групі; як організовано (через турфірми та з екскурсоводами), так і самодіяльно» [1]. Г.Нойенфельдт та О.Розе додають, що туристи можуть відвідувати місто як з особистих причин, так і через інші обставини [2]. Пізніше Д.Клук та К.Кестер конкретизували та структурували визначення міського туризму, поклавши у його основу відвідування міст з культурно-пізнавальною метою, подієвими та бізнесовими інтересами [3; 4]. У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С.Медліка зазначено, що «Міський туризм – це подорожі та візити з фокусом на міські напрямки. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідування історичних та культурних пам’яток, а також шопінг та ділові поїздки» [5]. Болгарські науковці М.Нешков, С.Ракаджийська, Т.Дъбева у підручнику «Вступ до туризму» при класифікації туризму за різними ознаками виділяють сільський і міський види туризму [6]. Детальний аналіз досліджень



міського туризму подає професор університету Гронінгена (Нідерланди) Г.Ешворт [7]. Вчені Європейського інституту порівняльних міських досліджень Університету Еразмус (EURICUR, м. Роттердам, Нідерланди) Л. Берг, Й.Борг та Й.Меер у монографії «Міський туризм: функціонування і стратегії у восьми європейських містах» виконали порівняльний аналіз впливу туризму на такі міста Західної Європи, як: Антверпен (Бельгія), Копенгаген (Данія), Единбург, Глазго (Великобританія), Генуя (Італія), Гамбург (Німеччина), Ліон (Франція) та Роттердам (Нідерланди) [8]. Всесвітня туристична організація (ЮНВТО) рекомендує таке визначення: «Міський туризм – подорожі, які здійснюють подорожувальники до міст чи місць з високою густотою населення».

У Законі України «Про туризм» розглядається такий вид туризму, як сільський, але, на жаль, не згадується міський туризм. Колектив харківських авторів (Писаревський М., Погасій С., Поколодна М., Тонкошнур М.) в монографії «Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи» окреслює туризм у містах як соціосистему «туризм – місто». Дуцяк І. пропонує дефініцію «міський туризм – це вид туризму, в якому дестинацією є місто» [9]. Свої визначення міського туризму пропонують Смирнов І. [10], Гладкий О., Гаталяк О. та Ганич Н. [11]. Зокрема останні дві авторки дають таке визначення міського або урботуризму: «Це вид спеціалізованого туризму з культурно-пізнавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою метою, що ґрунтується на комплексному використанні ресурсів міста. Він включає групові та індивідуальні подорожі містом, форма яких залежить від мети його відвідування туристами. Міський туризм об'єднує елементи інших видів туризму, таких як культурно-пізнавальний, релігійний, подієвий, діловий тощо. Саме ця обставина робить урботуризм надзвичайно привабливим для туристів» [11]. За часом перебування міський туризм можна поділити на: а) короткотерміновий (на вихідні дні); б) середньостроковий; в) довгостроковий. Позитивною рисою міського туризму є його всесезонність, тобто слабкий вплив сезонів року на туристопотік до міст, зате відвідуваність міст туристами значно зростає під час проведення тут святкових та інших заходів. Зазначимо, що поняття міського туризму по-різному трактується туристами і суб'єктами туристичної діяльності: якщо для перших цей вид туризму означає туристичну активність людини, яка має намір пізнати міську культуру та/або відпочити у міському середовищі, то для других це поняття пов'язане з різноманітними формами обслуговування туристів, зокрема, розміщення (готелі, апартаменти, хостелі тощо), харчування



(урбогастрономія), відпочинок (урбовідпочинок) тощо. При цьому слід зважати на те, що вплив туризму на розвиток міста може бути як позитивним (розвиток економіки, інфраструктури, збереження та відновлення туристичних пам'яток тощо), так і негативним (зростання злочинності, проституції, знищення локальної культури). Але у цілому міський туризм сприяє розвитку міста, надходженню інвестицій, розвитку міської інфраструктури тощо, отже позитивно впливає на розвиток господарства міста та сприяє підвищенню рівня життя його мешканців. Проблема сталого розвитку урботуризму за невирішенні має такі її частини, як логістична та географічна організація туристопотоків у містах, зокрема у їхніх центральних та/або історичних дільницях, а також ефективну переробку міських відходів разом з результатами туристичного споживання. Метою статті є розкриття теоретичного та практичного змісту логістичної концепції сталого розвитку урботуризму на прикладі найбільших туристичних центрів України на даний час - міст Києва та Львова.

Методологічною базою дослідження слугували положення логістичної теорії та практики, зокрема, логістики туризму та «реверсивної» логістики, які були прикладені до функціонування туристичного господарства міст. З точки зору системного підходу місто, як туристичну дестинацію можна представити, як «чорний ящик», на вході якого є туристичні потоки, а на виході - фінансовий дохід та матеріальні відходи. І з останніми треба вчасно і у потрібному обсязі впоратися, інакше виникне «сміттєва» криза. У той же час, з точки зору логістичного підходу туристичне господарство міста являє собою складну систему, куди належать туристичні ресурси (об'єкти), туристичні організації (туроператори, турагенції, екскурсійні бюро тощо), інфраструктурні заклади (готелі, ресторани, розважальні заклади, транспортні фірми, тощо), фінансові структури тощо. Ця система «живе», тобто функціонує за рахунок туристичних потоків, які наскрізно «проходять» через місто, з одного боку, забезпечуючи для нього можливість заробити на туристах, але з іншого боку результатом туристичного перебування (споживання) є відходи, обсяг яких закономірно збільшується із зростанням числа туристів. Ці «туристичні» відходи додаються до загальноміського обсягу сміття, який місто мусить знайти шляхи і способи, по-перше, вивезти, по-друге, переробити. Ця проблема існує в усьому світі, і навіть загострюється, тому йде опрацювання ефективних технологій переробки відходів міст, серед них – методика «реверсивної» логістики.



До міського (урбо) туризму безпосередньо відноситься поняття сталого туризму. Як відомо, розрізняють екологічну, економічну та соціальну сталість. Але в туризмі, основу якого складають туристичні ресурси, вимога сталості відноситься, перш за все, до необхідності збереження, відновлення та розвитку його ресурсної бази, що і складатиме підставу екологічного, економічного та соціального вимірів сталого розвитку туризму. Отже, без територіального регулювання туристичних потоків на підставі ефективної логістичної організації туристичного простору проблему забезпечення оптимальної (сталої) стратегії розвитку туризму в регіоні вирішити неможливо. Відтак зростає актуальність застосування в туризмі логістичних підходів (логістики туризму) з метою досягнення сталості та безпеки, зокрема, у містах - туристичних центрах України. Так, у Львові на рівні управління туризму міської ради значна увага приділяється логістичному аналізу та територіальному упорядкуванню туристичних маршрутів (туристичної децентралізації) з тим, щоб туристи не концентрувалися у середмісті.

Згідно логістичної концепції сталого розвитку міського туризму, розробленої автором, структура логістичної організації туристичного простору міста (ЛО ТПМ) повинна включати такі складники [12, 188]: 1) геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму; 2) логістичну ідентифікацію та планування туристопотоків, їх потреб, споживання та відходів; 3) логістичне проектування туристичної інфраструктури, включаючи потужності зі збирання та переробки відходів від туристичного споживання; 4) логістичне проектування ланцюжків поставок із забезпечення закладів туристичної інфраструктури та ланцюжків «реверсивної» логістики із вивезення з міста та переробки відходів. Перший складник охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. При цьому географічна ідентифікація ресурсної бази туризму передбачає геопросторову локалізацію туристичних ресурсів (об'єктів). Останні виступають у ролі «туристичних магнітів», які притягають туристопотоки на певну територію. Відповідно висока територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) викликає скучення та накладання туристопотоків, що погіршує якість турпослуг, які надаються. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (наприклад, музеїв, пам'ятників тощо), які не слід «втискувати» до перевантажених туристичними ресурсами центральних ділянок міст. У той же час логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає визначення логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкту міста, тобто максимально можливого туристопотоку, який не зашкодить



сталому розвитку туризму і стану туристичних ресурсів. Географічна та логістична ідентифікація виконуються з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) міст на культурно-історичні (пам'ятники, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру) тощо. Другий складник базується на визначені величини і структури туристопотоків та відповідних потреб туристів, які поділяються на потреби першого порядку (лавочки, урни, біотуалети, легке харчування, обмін валюти) та другого порядку (сувеніри, рекламно-інформаційні матеріали, преса та туристичні товари тощо). Також слід визначити і обсяг відходів, що утворюватимуться в результаті туристичного споживання у містах. Третій складник передбачає логістичне проектування туристичної інфраструктури території міста для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (туристична інфраструктура першого порядку – заклади легкого харчування, пункти обміну валюти), потреб другого порядку (туристична інфраструктура другого порядку – кіоски з продажу сувенірів, преси та рекламно-інформаційних матеріалів, магазинчики туристичних товарів тощо) та відповідної логістично-транспортної інфраструктури для забезпечення потреб інфраструктурних об'єктів першого та другого порядку та необхідності переробки відходів, що утворюватимуться як супутній, але необхідний результат процесу туристичного споживання у містах. При цьому слід врахувати особливості їхнього розміщення на території міст, а також шляхи вивезення та наявні технології рециркуляції відходів. Четвертий складник передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення потреб туристичної інфраструктури першого та другого порядків та логістично-транспортної інфраструктури з виділенням транспортної та логістичної складників та з урахуванням особливостей їхнього розміщення на території міста, а також можливостей вивезення, зберігання та переробки твердих побутових (ТПВ) та інших видів відходів, які утворюються після перебування туристів у місті та додаються до щоденного та цілорічного загальноміського обсягу відходів.

Ці питання є актуальними для Києва, де підвищене туристичне навантаження на ресурсну базу туризму міста вже призвело до випадків фізичної руйнації низки найбільш відвідуваних та цінних об'єктів (серед них - деякі будівлі Києво-Печерської Лаври, Софіївського собору тощо). Небайдужі кияни навіть склали список цінних історичних будинків Києва, які можуть зруйнуватися у будь-який момент [13]. Цей список, на жаль, щорічно поповнюється, так, у 2017 р. обвалилася частина балкону



будинку на вул.Малій Житомирській, 12. Причому ця споруда, зведена у 1913 р., - не проста: вона належить до комплексу напівзруйнованої садиби художника О.Мурашка. Подібна доля може незабаром спіткати «Дім зі зміями», що на Великій Житомирській, 32, декілька будинків на Андріївському узвозі тощо [14]. Восени 2017 р. вандали за допомогою червоної незмиваемої фарби зіпсували зовнішній вигляд стіни Національного заповідника «Софія Київська». Додамо, що зовсім недавно була проведена реставрація цієї стіни, яка є пам'ятником архітектури XVIII ст.

Щодо Львова, то тут таких випадків менше (мабуть, завдяки якості австрійського будівництва, у якому вже масово використовувався бетон, як основний будівельний матеріал, у той час як у Києві, кінця XIX- початку ХХ ст. будували переважно з цегли місцевого виробництва), але вони теж є. Так нині реставрується скульптурна група «Ощадність, рільництво та промисловість» (її називають місцевою «Статую Свободи»), яка прикрашає фасад будинку Музею етнографії та художнього промислу – колишнього приміщення Галицької ощадної каси, спорудженого у 1891 р. Реставрується «Чорна кам'яниця» (роки будівництва 1588-1589) на площі Ринок за кошти гранту Посольського фонду США, потребує реставрації каплиця Боймів (XVII ст.), законсервовано рештки Високого замку, яких теж вже досягла «цикавість» туристів.

На додаток до цієї проблеми Львів гостро відчув й інший аспект явища туристичного перенавантаження – це збільшення обсягу та проблема вивозу та переробки твердих побутових відходів. Після пожежі на Грибовицькому сміттєзвалищі влітку 2016 р. Львову не стало куди вивозити свої ТПВ, обсяг яких закономірно зрос із зростанням числа туристів. Недарма туристичний рекорд Львова, який у 2016 р. відвідали 2,6 млн. гостей і число яких зростає рекордними темпами – на 15-20% щорічно (при цьому кожний турист у середньому витрачає у місті понад 140 євро щорічно), співпав зі «сміттєвою кризою». Між тим, схема логістичної організації туристичного простору міста, запропонована автором [12, 200], вказує на необхідність застосування комплексного підходу, що передбачає і використання «зворотної (реверсивної) логістики», тобто логістики переробки відходів. Зазначимо, що туристи під час перебування у містах залишають багато відходів, особливо у середмісті (за деякими оцінками – 3-4 кг на особу за добу). Це - прямі відходи. Крім них є і опосередковані – це відходи готелів, ресторанів, кав’янень, яких у середмісті Львова останніми роками з’явилось дуже багато. Відходи потребують ефективних технологій їх збирання, вивезення та



переробки – таку можливість надає «реверсивна логістика». У Львові врахували необхідність розміщення смітників біля кожної лавки у центрі (при цьому смітники гарно, по-художньому оформлені і виконані місцевими майстрами), але при цьому не було прослідковано шляхи вивозу ТПВ та можливості їхньої наступної переробки. Між тим, щоденний обсяг відходів у місті дорівнює 600 тон (2017 р.). Вирішити цю проблему у Львові можливо на підставі застосування двох підходів: транспортного та логістичного. До останнього часу активно застосовувався перший підхід, який полягав у знаходженні транспортних посередників (компаній), які зобов'язувалися (за дуже пристойну оплату) знайти відповідні сміттєзвалища і вивозити туди міські відходи Львова. Але, як показав досвід, коли львівське сміття потрапляло майже в усі області України, це не вирішувало проблему відходів. З метою зменшення їхнього обсягу були пропозиції пресування ТПВ на спеціальних майданчиках у межах міста, але вони теж не отримали схвалення, зокрема, від мешканців Львова. І тільки недавно керівництво міста та області звернулося до логістичного підходу, тобто до застосування зasad «зворотної» логістики, коли аналізу і контролю підлягають не тільки різноманітні вхідні потоки до міста (у т.ч. туристів, товарів, сировини, палива тощо), але й вихідні потоки, серед яких важливе місце займають потоки ТПВ. Логістична наука і практика розробили пропозиції щодо ефективного управління цими потоками та їх глибинної переробки (рециркуляції, англ. recycling) на відповідних підприємствах (сміттєпереробних заводах). Подібні підприємства можливо збудувати у відносно короткі терміни, а відповідні інвестиції можуть бути як міжнародними, так і внутрішніми. За останніми даними до вирішення проблеми ефективної переробки львівських відходів залишаються шведські та польські фахівці, а також кошти Європейського банку реконструкції та розвитку [15]. Так, польські екологи хочуть допомогти Львову очистити підземну річку Полтву. Якщо модернізувати очисні споруди за європейським прикладом, вода у Полтві буде без неприємного запаху, відтак стоки перестануть забруднювати Західний Буг, який впадає у річку Віслу, що у Польщі. Кредити на вигідних умовах на цей екопроект може надати Львову Національний фонд охорони довкілля і водного господарства Польщі. Працівники ЛМКП «Львівводоканал» побували у Варшаві і побачили сучасні очисні споруди польської столиці, які свого часу було модернізовано. За підрахунками шведських фахівців, створення сучасної системи очищення стоків Львова коштуватиме 170 млн євро. Тому у Львові йдуть до проекту очищення поступово: 2016 р. реалізовано проект зведення біогазової



станції та модернізацію т.зв. пісколовоک, на що був взятий банківський кредит у 31,5 млн євро. Наступним кроком буде реконструкція біологічних реакторів на очисних спорудах міста за кошти Національного фонду Польщі. Прийнято рішення про будівництво сміттєпереробного заводу у Львові, яке буде здійснено за кошти Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР), про що домовилося керівництво міста з делегацією Ради директорів ЄБРР [16].

Позитивний досвід репрезентує м.Київ, де обсяг відходів становить 3000 тон щодоби (2017 р.), але іхне зберігання та переробка успішно здійснюються, по-перше, на полігоні ТПВ у с.Підгірці; по-друге, на Бортницькій станції аерації (БСА); по-третє, на сміттєспалювальному заводі «Енергія» у Дарниці. Київ активно залучає міжнародні досягнення та інвестиції, так, БСА нині модернізується за участю японських компаній, а у м.Фастів під Києвом споруджено з китайською участю завод з переробки пластикових відходів (відповідно у Києві відкрито пункти з прийому пластика). Наступну ідею нових технологій боротьби з вуличним сміттям мэр Києва В.Кличко привіз з відрядження до Берліна. Це встановлення підземних сміттєвих баків, які поступово замінять звичні дворові контейнери для сміття. Передбачено встановити в Києві 70 підземних сміттєвих баків, перші з яких вже з'явилися у травні 2017 р. на Пейзажній алеї. Вони являють собою невелику урну зверху, а під землею - поємний бокс, що вміщує 5 кубів відходів та нейтралізує запах. Ці контейнери оснащено сонячними панелями та датчиками, які подають сигнал диспетчеру при заповненні підземного баку повністю. Ще один зразок нових київських сміттєвих урн складається з двох частин: зовнішнього каркасу та власне урни – металевого чи пластикового контейнеру, куди і збиратиметься сміття. Комунальники зможуть дістати сміття, відкривши задню стінку каркасу, замінити пакет із сміттям на чистий. Перша партія нових урн, які встановлять у центральній частині Києва, налічує 300 штук. У такий спосіб буде замінено старі урни, що нині ще «працюють» у столиці та вже давно не відповідають потребам киян та гостей міста. Інший тип урн, що набув поширення у Києві перед проведеним Євро-2012, - металеве кільце з натягнутим на нього пластиковим пакетом, - виглядає зовсім неестетично. Крім того часто курці викидають недопалки саме у пакети, вони прогорають і все сміття висипається на землю.

Серед світових досягнень у сфері збирання та переробки сміття у містах, що можна рекомендувати до використання в Україні, відзначаються такі:

1. Французький винахід – інтелектуальне сміттєве відро «Eugene», яке має два відділення: одне – для відходів для подальшої



переробки, інше – для непереробних відходів. Коли відро наповнюється, воно за допомогою сканера шрих-кодів нагадує власнику, що слід викинути сміття. Також цей пристрій запам'ятує, які упаковки викинуто, після чого заносить їх до переліку покупок, цей список можна подивитися у додатку до смартфону. «Розумне» відро є в продажу з 2017 р., його ціна - \$299.

2. Пристрій польського виробництва – вуличний сміттєвий бак «Bin-e», що здатний ідентифікувати, класифікувати, сортувати відходи та направляти запит на очищення до обслуговуючої компанії. Крім цього бак «уміє» попередньо обробляти сміття, для прикладу, стискаючи пластик. Також «Bin-e» вчиться розпізнавати нові об'єкти, підключаючись до хмарних баз даних. Очікується впровадження «розумних смітників» у містах Польщі, зокрема, у Варшаві, з 2017 р.

3. Новий незвичний спосіб прибирання міських вулиць та парків освоюють у Нідерландах: підбирали кинуті на землю сигаретні недопалки хочуть навчити ... ворон. Цих птахів, що відрізняються високим інтелектом, призивають обмінювати недопалки на їжу у спеціальних автоматах, які планується встановити у містах. Автори проекту, які нині шукають додаткові джерела його фінансування, вважають експлуатацію ворон оправданою з точки зору збереження навколошнього середовища. Зазначимо, що за даними статистики, у світі щорічно викурюється шість трілін сигарет, з яких дві третини потрапляють до навколошнього середовища, при цьому чотирима трілін сигарет можна заповнити 2,5 млн олімпійських плавальних басейнів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Розкрито теорію та практику впровадження авторської логістичної концепції сталого розвитку туризму в містах України (на прикладі Києва та Львова). Визначено структуру логістичної організації туристичного простору міста. Виділено її основні складники: геологістичну ідентифікацію ресурсної бази туризму в містах; логістичну ідентифікацію та планування туристопотоків, їх потреб, споживання та відходів; логістичне проектування туристичної інфраструктури, включаючи потужності із збирання та переробки відходів від туристичного споживання; логістичне проектування ланцюжків поставок із забезпечення закладів туристичної інфраструктури в містах та ланцюжків «реверсивної» логістики із вивезення з міста та переробки відходів. Наведено приклади з туристичної практики міст Києва та Львова. Звернуто увагу на проблему збільшення обсягу відходів, їх вивозу та переробки, з якою зіштовхнувся Львів у зв'язку з різким збільшенням числа туристів. Розкрито досвід Києва з організації ефективної схеми збирання та переробки міських відходів. Отже, логістичний підхід,



застосований, зокрема, в «Концепції туристичної децентралізації Львова», що недавно була ухвалена Львівською міською радою, слід було б поширити і на усі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, на базі використання найновітніших технологій та залучення національних та міжнародних інвестицій. Сказане стосується, на нашу думку, й інших міст – значних туристичних центрів України, зокрема Харкова, Дніпра, Одеси тощо, для яких даний напрямок дослідження є дуже перспективним враховуючи поступове збільшення туристопотоків з України та з-за кордону у найближчі роки.

Список використаних джерел: 1. Leser H. Diercke Wörterbuch Allgemeine Geographie /H.Leser. – Munchen: Braunschweig, 1997. – 125 p. 2. Neuenfeldt H., Rose O. Stadttourismus als Wirtschaftsfaktor in Aachen [електронний ресурс]. – Режим доступу: www.geogr.uni-goettingen.de. 3.Kluck D., Koester Ch. Stadttourismus in Barcelona und Madrid unter besonderer Berücksichtigung der Deutschen Reisenden [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://Kups.ub.uni-koeln.de>. 4.Dictionary of Travel //Tourism and Hospitality. Ed.S.Medlik. – London: Butterworth-Hinemann Ltd., 1993. – P.43. 5. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality / Ed.S.Medlik. – London: Butterworth-Heinemann , 1993. – P.43. 6. Нешков М. Въведение в туризма/М.Нешков, С.Ракаджийська, Т.Дъбева и др.- Варна: Наука и икономика, 2007. – 299 с. 7 . Ashworth G. Urban tourism research: recent progress and current paradoxes/ G.Ashworth, S.J.Page // Tourism Management. – 2011 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: www.coris.unirromal.it/sites/.../14.25.20_Urban_tourism. 8. Berg L. Urban tourism: performance and strategies in 8 European cities/ L.Berg, J.Borg, J.Meer // European Institute for Comparative Urban Research, Erasmus University. – Rotterdam, 1995 [Електронний ресурс]. –Режим доступу: cabdirect.org. 9. Дуцяк І.З. Методологічні аспекти аналізу ресурсів міського туризму/ І.З.Дуцяк, А.А.Теребух// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету [Електронний ресурс]. –Режим доступу: www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2015/13-2015/33.pdf. 10. Смирнов И.Г. Брендинг міста у туризмі: концептуальні підходи// Матеріали науково-практичної інтернет-конференції «П'ятнадцяті економіко-правові дискусії/21-11-2016/» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1680. 11. Гаталяк О. Теоретичні підходи до визначення поняття туризму в містах/ Гаталяк О., Ганич Н./Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XI наук.конф. з міжн.участю. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2017. – С.50-55. 12. Смирнов И.Г. Маркетинг у туризмі: навч.пос./ И.Г.Смирнов. – К.: КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с. 13. Ми їх втрачаємо: історичні будинки Києва, які можуть знести в будь-який момент [Електронний ресурс]// Режим доступу: <https://styler.rbc.ua> . 14. Кириченко Л. Старинный Киев рушится на глазах / Л.Кириченко. –

Сегодня. – 2017 . – 30 серпня. – С.14. 15. Доротич М. Поляки візьмуться за львівську Полтву? / М.Доротич. – Високий замок. – 2017. – 14-20 вересня. – С.10. 16. Куць Р. Європейський банк дас Львову грошу на новий транспорт, сміттепереробний завод і заходи з безпеки руху/ Р.Куць. – Високий замок. – 2017. – 28 вересня – 4 жовтня. – С.12.



2. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

УДК 339.113

*Н.А. Гонтаренко, к. е. н., доцент,
С.В. Микитинець, студент*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШньОГО І КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Визначено особливості маркетингу у готельному бізнесі.
Проаналізовано продуктову і цінову політики готелю «Панорама».
Виконано аналіз конкурентного середовища готелю.

Ключові слова: готель, готельний продукт, особливості готельного маркетингу, продуктова політика готелю, цінова політика готелю, конкурентне середовище готелю.

The features of marketing in the hotel business are determined. The product and pricing policies of Panorama Hotel are analyzed. An analysis of the hotel's competitive environment is performed.

Key words: hotel, hotel product, features of hotel marketing, hotel's product policy, hotel's pricing policy, hotel's competitive environment.

Сфера надання послуг гостинності є перспективним напрямом бізнесу. Маркетинг готельного бізнесу як система розробки, створення, просування та продажу відповідних послуг має сприяти успішній реалізації маркетингової конкурентної стратегії готелю.

На сьогоднішній день жодна цивілізована країна не може нормально функціонувати без належного рівня розвитку готельної справи. Наявність комфортабельних готелів є і наслідком розвитку потреб і засобом забезпечення міжнародних зв'язків. Розвиток готельної справи, в тому числі на базі удосконалення комплексу маркетингу, має сприяти активнішому входженню України у світове співтовариство.

Маркетинг готельних послуг є складною багатокомпонентною системою, яка повинна створити умови для задоволення потреб і бажань клієнтів. Готельний маркетинг має певну специфіку: відсутність матеріального результату, неможливість накопичення, зберігання, відокремлення від конкретного готелю, необхідність спеціальних зусиль для підтримки постійної якості, потреба у



супроводі основної послуги додатковими і супутніми, високий рівень постійних і низький - змінних витрат, значні сезонні коливання попиту, важливість людського фактору при наданні послуг.

Метою дослідження є підвищення ефективності управління готельним підприємством на основі удосконалення його маркетинг-міксу з використанням результатів відповідних маркетингових досліджень.

База дослідження: готель «Панорама» міста Кременця.

Предметом дослідження є: комплекс методологічних і методичних положень щодо удосконалення комплексу маркетингу у сфері готельного господарства.

Об'ектом дослідження є: процеси, що притаманні маркетинговій діяльності готелю.

Успіх будь-якого підприємства на ринку залежить в першу чергу від привабливості продукту, який вона пропонує споживачам. Він утворює основну частину маркетингового комплексу, на якій зав'язана вся решта елементів: ціна, просування на ринку і розповсюдження. Результати маркетингових досліджень служать основою комплексу стимулювання і вдосконалення готельних послуг [1].

Послуги готелю включають:

- основні готельні послуги - послуги розміщення в номерах готелю та харчування;
- додаткові готельні послуги - послуги, що необхідні споживачеві для того, щоб використовувати основний продукт;
- супутні готельні послуги - це послуги, що надають основним послугам додаткову вигоду і допомагають відрізити дані послуги від послуг конкуруючих компаній.

Для готельного підприємства величезне значення має ідентифікація і пропаганда не властивостей послуг, а реальної їх корисності і вигоди для клієнтів. Маркетингова діяльність готельного підприємства передбачає проведення маркетингових досліджень і на їх основі — розробку стратегії та програми заходів, які використовуються з метою підвищення продуктивності готельного бізнесу та ефективності задоволення потреби кінцевого споживача готельних послуг.

Стратегія маркетингу готельного бізнесу — це формування цілей, досягнення їх і розв'язання задач готельного бізнесу по кожному окремому готельно-господарському продукту, по кожному окремому ринку. Стратегія формується з метою здійснення комерційної діяльності в повній відповідності до ринкової ситуації і можливостей готельного бізнесу [2].



Менеджмент готельного підприємства на базі загальної стратегії має розробити конкретні стратегії відносно таких елементів комплексу маркетингу, як: нові продукти; організація просування й продажу; реклама; стимулювання просування й продажу готельного продукту; розподіл продуктів; ціни на продукти.

Аналіз продуктової політики виконано в таблицях 1, 2.

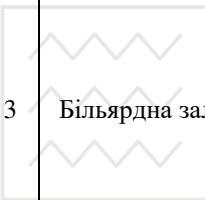
Таблиця 1
Аналіз продуктової політики щодо надання послуг номерів
готелю «Панорама»

№	Назва послуг номерів	Коротка характеристика готельних номерів
1	Номер «Стандарт»	«Стандарт» - просторий однокімнатний номер, з двома роздільними ліжками, вміщує двоє людей. До послуг номера входять: безкоштовний WI-FI Інтернет; телевізор; ванні аксесуари; рушники; фен; шафа для одягу; внутрішній телефон.
2	Номер «Напівлюкс»	«Напівлюкс» - однокімнатний номер, з великим двомісним ліжком і додатковим місцем. Розрахований на дві - три особи. До послуг номера входять: безкоштовний WI-FI Інтернет; телевізор; ванні аксесуари; рушники; фен; міні-холодильник; внутрішній телефон; розкладне крісло; шафа для одягу; письмовий стіл.
3	Номер «Напівлюкс» екологічний	«Напівлюкс» екологічний - однокімнатний номер з просторим двоспальним ліжком та одним додатковим місцем. Вміщує до трох осіб. До послуг номера входять: безкоштовний WI-FI Інтернет; телевізор; ванні аксесуари; рушники; фен; міні-холодильник; внутрішній телефон; розкладне крісло; шафа для одягу.
4	Номер «Люкс»	«Люкс» - просторий двокімнатний номер з великим двоспальним ліжком та розкладним диваном. Розрахований на чотири особи. До послуг номера входять: безкоштовний WI-FI Інтернет; телевізор (в 2 кімнатах); ванні аксесуари; рушники; фен; міні-холодильник; внутрішній телефон; шафа для одягу; столик.
5	Номер «Сімейний»	«Сімейний» - однокімнатний номер для однієї родини, з одним великим двоспальним ліжком, одним двоповерховим ліжком для дітей та додатковим місцем. До послуг номера входять: безкоштовний WI-FI Інтернет; телевізор; ванні аксесуари; рушники; фен; міні-холодильник; внутрішній телефон; розкладне крісло; шафа для одягу; письмовий стіл.



Таблиця 2

Аналіз продуктової політики щодо надання додаткових послуг
готелю «Панорама»

№	Назва готельних додаткових послуг	Коротка характеристика готельних додаткових послуг
1	Фінська сауна	Якщо ви запланували відпочинок не тільки для душі, а й для тіла, найкращим місцем для цього буде фінська сауна. Де повністю зможете розслабитися і оздоровитися. Кімната відпочинку: столик, лавочки, телевізор, посуд.
2	Тренажерний зал	Найбільший у регіоні фітнес парк: більше 20 тренажерів, настільний теніс. Тренера допоможуть підібрати комплекс вправ.
3	 Більярдна зала	Більярд - це ідеальне місце, де зможете розслабитися, зустрітися з друзями чи просто відпочити від нескінченної щоденної метушні. Приємний інтер'єр, професійні столи і, звичайно, неповторна атмосфера допоможуть отримати справжнє задоволення від гри. Пропонують 4 столи, які працюють: у будні – 12:00-22:00 у вихідні – 12:00-23:00
4	Кегельбан	Боулінг - це чудове місце, щоб відпочивати з користю та з хорошим настроєм у колі сім'ї або компанії найкращих друзів. В кегельбані працює 2 доріжки. Працюють: у будні – 12:00-22:00 у вихідні – 12:00-23:00
5	Картинна галерея	Мальовничі міські пейзажі, околиці міста, історичні пам'ятки. Все це можна побачити на полотнах і відомих художників України, і плеяди молодих митців пензля.

Ціни на основні та додаткові послуги в готелі «Панорама» диференційовано залежно від сезону, дня тижня і часу. Додаткове місце в номері коштує 50 грн. Сніданок не входить до вартості номеру.

Проведено порівняльну характеристику готелю «Панорама» з конкурентними готелями (табл. 3).



Таблиця 3

Загальна порівняльна характеристика готелів-конкурентів

Назва готелю	Кількість номерів	Мінімальна вартість проживання, грн. за добу
«Панорама»	42	350
«Вікторія»	38	400
«Калина»	21	370

З таблиці 3 видно, що готель «Панорама» займає середню позицію за вартістю проживання.

Порівняльну характеристику готелів-конкурентів представлено в табл. 4.

Таблиця 4

Якісна порівняльна характеристика готелів-конкурентів

Назва готелю	Переваги	Недоліки
«Панорама»	Комфортабельні номери, якісне обслуговування, зручне паркування, великий спектр послуг	Відсутність кондиціонерів в деяких номерах
«Вікторія»	Головна особливість - кожен номер готелю виконаний в певному архітектурному стилі	Висока цінова політика
«Калина»	Найбільш повний спектр надання послуг, зручне розташування	Маленька, що не відповідає стандартам, парковка

Готелю доцільно використовувати знижки для партнерів (бонуси, альянси): знижки для постійних клієнтів; знижки вихідного дня; пакети знижок; знижки залежно від часу купівлі (сезонні). Наприклад, якщо готель співпрацює з авіакомпаніями чи компаніями з прокату автомобілів, то клієнт може отримати знижку в будь-кого з цих партнерів, скориставшись послугами хоча б одного з них.

Привабливими для гостей є пакети знижок для своїх гостей: 4 дні проживання - 4-й день на 50% дешевший; 7 днів проживання - 7-й день безкоштовно. Доцільними є сезонні знижки для гостей, які дозволяють готелю утримувати стійкий попит протягом усього року. Так можна зацікавити звичайних туристів зупинятися в готелі. Ефективним



методом стимулювання збуту можуть виступити спеціальні програми готелю «Панорама»: «Весілля в готелі «Панорама»» і «Тариф вихідного дня».

Виставкова діяльність є дуже ефективним засобом залучення нових клієнтів, дає готелю зможу продавати більше послуг та збільшувати свій прибуток.

Підвищення якості обслуговування з одночасною реформацією комплексу маркетингу готелю «Панорама» будуть сприяти підвищенню економічної ефективності його діяльності і нарощуванню клієнтської бази готелю.

Список використаних джерел: 1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. 2. Бойко М.Г. Суть і завдання стратегії розвитку підприємств готельного господарства в умовах трансформаційної економіки // Вісн. ДГТБ. - 2009. - №6. - С. 108-113. 3. Мунін Г.Б., та ін. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу: Навч. посіб. - К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2007. - 246с. 4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://panorama-hotel.org/>



O.П. Коротун, ст.викладач

M.I. Довмат, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ

У статті розглянуто розвиток інтернет-маркетингу в Україні, зокрема на туристичних підприємствах. Визначено основні функції та переваги інтернет-маркетингу та маркетингу соціальних мереж над іншими видами маркетингових комунікацій.

Ключові слова: Інтернет-маркетинг, туристичний бізнес, мережа Інтернет, маркетингові комунікації, маркетинг соціальних мереж.

The article deals with the development of Internet marketing in Ukraine, in particular at tourist enterprises. The basic functions and advantages of Internet marketing and marketing of social networks over other types of marketing communications are determined.

Key words: Internet marketing, travel business, Internet network, marketing communications, marketing of social networks.

У сучасних умовах неможливо уявити будь-яке підприємство без маркетингового відділу. Маркетингові комунікації використовують як на промислових та торгівельних підприємствах, так і на будівельних та побутових. Туризм за головними характеристиками суттєво не відрізняється від інших форм господарської діяльності. Тому засади сучасного маркетингу можуть бути застосовані і в туризмі.

Туристичний бізнес належить до сфери послуг і є дуже однією з найбільших та найбільш динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку сприяють формуванню власної туристичної індустрії.

Щодня сотні тисяч людей відправляються у подорожі – дехто у зв'язку з робочими питаннями, а дехто – для особистого відпочинку. Проте, цього могло б і не статися без хорошої роботи маркетологів та без привабливої реклами.

Поява Інтернету та його стрімкий розвиток внесли серйозні зміни у сучасне сприйняття засобів реклами і комунікацій. Саме через це з'явився такий напрям як Інтернет маркетинг. Інтернет-маркетинг надає власникам бізнесу свободу в рекламуванні та просуванні своїх продуктів чи послуг. Власники бізнесу можуть скористатися перевагами цього методу маркетингу, оскільки це недорого і надзвичайно легко. У ці дні все можна зробити в Інтернеті, від покупки кінотеатрів до купівлі меблів для дому. Інтернет приніс



колосяльні зміни у нашему життевому стилі. Кожен бізнес повинен визнати це і встановити свою присутність в Інтернеті.

Інтернет-маркетинг не є чимось новим для бізнесу, навпаки – він неймовірно швидко розвивається впродовж останніх років, і цьому його розвитку не видно кінця. Проте, дуже багато підприємств недооцінюють наскільки важливим є онлайн-маркетинг для їхнього успіху. Серед причин: нестача часу, грошей та звичайне не хотіння впроваджувати щось нове.

Інтернет-маркетинг в індустрії туризму може допомогти зв'язатися з клієнтами, показати їм візуальну привабливість місця призначення та, можливо, отримати більше експозиції, ніж у традиційній друкованій рекламі.

Маркетинг соціальних мереж дозволяє зв'язатися з потенційними та повторними клієнтами. З допомогою соціальних мереж можна повідомляти про будь-які новини та найновіші пропозиції. Можна також оприлюднювати майбутні товари та послуги та коротко описувати їх. Це дозволить залучити нових клієнтів у майбутньому.

Інтернет-маркетинг значно посилює взаємозв'язок туристичної компанії і клієнта. Інтернет дозволяє туристичній компанії привернути увагу нового клієнта за лічені секунди. Проте в той же час він дає можливість клієнту практично миттєво перейти на сайт будь-якого з конкурентів. Для будь-якого бізнесу дуже важливо підтримувати конкуренцію проти невеликих, місцевих та великих інтернет-магазинів та підприємств. Це можливо лише тоді, коли підприємства належним чином використовують платформу інтернет-маркетингу.

Створюючи та підтримуючи присутність в Інтернеті, бізнес може показати своїм клієнтам, що він активний, динамічний і працюючий. Інтернет дозволяє місцевим підприємствам представитися як успішні компанії. При цьому вони зможуть виграти і зберегти велику клієнтську базу.

З використанням мінімальних вкладень – Інтернет може привести до максимальної прибутковості. Крім того, перевагами реклами в Інтернеті є те, що вона дозволяє передавати текстову, графічну, аудіо- та відеоінформацію, а також оцінювати ефективність заходів за рахунок зворотного зв'язку із цільовою аудиторією.

Мережа Інтернет дозволяє туристичним фірмам долучитись до сучасних технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з партнерами, а також доступ до різних інформаційних джерел. Тож Інтернет-маркетинг має великий потенціал і безкраї можливості для професіоналів туристичного бізнесу.



Список використаних джерел: 1. Парцирна Т. М. Інтернет-маркетинг у туризмі / Т. М. Парцирна, Є. С. Фадеєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. - 2012. - Вип. 2. - С. 264-271. 2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: Учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2003. – 496 с. 3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 252 с. 4. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк. – Львів: Український бестселер, 2015. – 364 с. 5. Бриггс С. Маркетинг в туризме. – К.: Знання – Пресса, 2005. 6. Smyrnov I.G. Marketing mix of sustainable tourism: case of the National Nature Park «Synevyr» // In «A new vole of marketing and communication technologies in business and society: local and global aspects»: Monograph / Ed. By Y.S. Larina, O.O. Romanenko. – USA, St. Louis, Missouri: PH «Science & Innovation Center, Ltd», 2015. – Р. 433-446. DOI: 7. Матеріал з Вікіпедії вільної енциклопедії. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>.

УДК 338.48



O. П. Коротун, старший викладач

A. В. Малярчук, студент

Національний університет водного господарства та природокористування, м.Рівне

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ МАРКЕТИНГУ В ТУРИЗМІ

У статті представлено нові напрями туристичного маркетингу, а саме: когнітивний і сенсорний маркетинг, мобільний маркетинг, інтернет – маркетинг, блогінг, неймінг та брендинг. Наведено характеристику та особливості кожного напряму.

Ключові слова: туристичний маркетинг, нейромаркетинг, когнітивний маркетинг, брендинг, неймінг.

The article presents new directions of tourist marketing: cognitive and sensory marketing, mobile marketing, internet marketing, blogging, naming and branding. The characteristics and features of each direction are given.

Key words: tourist marketing, neyromarketing, cognitive marketing, branding, naming.

На зміну традиційному маркетингу в туризмі сьогодні приходить маркетинг нетрадиційний, заснований на інноваційних принципах і підходах.

До нових напрямів туристичного маркетингу відносять нейромаркетинг, когнітивний і сенсорний маркетинг, інтернет-маркетинг, у тому числі мобільний і вірусний, партизанський, buzz- і блог-маркетинг, неймінг, брендинг тощо. Розглянемо більш докладно



нові напрями туристичного маркетингу. Нейромаркетинг з'явився на рубежі ХХ-ХХІ століть, а його методологія була розроблена у Гарвардському університеті і отримала назву ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) - метод отримання метафор Залтмена. Його суть полягає в тому, що з метою дослідження підсвідомості людини застосовують різні набори картинок. Зображення викликають у споживачів позитивні емоції й запускають приховані образи-метафори, які стимулюють покупку. Метод ZMET прийшов і в індустрію туризму, його сьогодні успішно використовують відомі туроператори «Thomas Cook», «Nature One» і «TUITravelPlc» [1]. Іншим видом маркетингу, який формує нестандартні підходи до діяльності турфірми на ринку та її вплив на поведінку споживачів, є когнітивний маркетинг. Когнітивний маркетинг - це маркетинг, заснований на використанні пізнавальних процесів. «Когнітивний» означає «заснований на знаннях». Основою метою такого маркетингу є створення потенційного попиту на турпродукти і турпослуги фірми за допомогою формування певного типу свідомості споживачів, який визначає структуру споживаних ними благ. За допомогою маркетингових технологій формуються стереотипи споживання або стандарт споживання. У туризмі – це: літній відпочинок (море) - поїздка до Туреччини або Болгарії; шопінг – аутлети в Італії; екстрем – тури до Кенії або ПАР тощо [2]. Іще одним новим напрямом маркетингу є сенсорний (відчуттєвий) маркетинг (від англ. «sense» - «відчуття»), або маркетинг відчуттів. Він пов'язаний із впливом на п'ять видів органів відчуттів людини: зір, слух, нюх, смакове сприйняття й дотик.

Відповідно до теорії сенсорного маркетингу, продукти, товари (бранди) повинні пахнути, звучати, мати власний унікальний смак і давати тактильні відчуття [3]. Найпоширеніший різновид відчуттєвого маркетингу –аромамаркетинг – ароматизація повітря для стимулювання продажів і сприятливого впливу на покупця. Запах одержав статус повноважного маркетингового інструменту завдяки М. Ліндстрому, який створив теорію відчуттєвого маркетингу. У той же час піонером дослідження запахів у сучасній психології став американський психіатр А. Гірш, який встановив, що певні запахи викликають конкретні дії і впливають на поведінку людини.

Аромамаркетинг спонукає до імпульсивних покупок, дозволяє виділитися серед конкурентів, підкреслити стиль, імідж і статус компанії. У сфері туризму – це різних ароматів та запахів у готелях, у ресторанах, клубах. Так, наприклад, у холі готелю «TajExotic» використовуються ароматичні палички із запахом лаванди та звучить



музика із записом шуму хвиль та дощу. Це дозволяє налаштовувати гостей готелю на спокійний лад, відпочинок і знижує відсоток конфліктів. Унікальність сенсорного маркетингу полягає в тому, що можна впливати на аудиторію не тільки при безпосередньому контакті в місцях продажів, але й через рекламу, посилаючи покупцям не стільки раціональні мотиви покупки, скільки емоційний заклик згадати, відчути, торкнутися Наприклад, компанія «TUI» закликає своїх туристів: «Доторкнися до білого піску та відчуй теплий бриз Домінікані».

Мобільний маркетинг - це використання прийомів інтернет-маркетингу за допомогою мобільного телефону. Історія мобільного маркетингу почалася відносно недавно. В 2001 р. з'явилася на світ перша велика компанія, яка спеціалізується на мобільній реклами, - «Eproscket», яка запропонувала проведення рекламних кампаній у мережах декількох мобільних операторів.

Мобільний маркетинг припускає використання мобільної реклами за допомогою Інтернету. Переvangи мобільної реклами полягають у наступному: - показник відгуку на рекламний майданчик в мобільному Інтернеті у 5-10 разів вищий, ніж у провідному; - високий показник запам'ятовуваності рекламиної інформації - він досягає 60%; - коефіцієнт прибутковості цього каналу реклами вищий, ніж у випадках із традиційними площацями, а витрати на розміщення -значно нижчі. Таким чином, мобільна реклама поки буде залишатися однією з найбільш дешевих і затребуваних.

Туристичні компанії і раніше використовували Інтернет у своїх маркетингових комунікаціях, створювалися сайти компаній, системи бронювання, сайти з відгуками тощо, однак сьогодні вони починають освоювати нові, перспективні напрямки інтернет-маркетингу, такі як блоги, форуми, співтовариства тощо. Це привело до появи такого поняття, як блог-маркетинг, або блогінг. Блоги (відкриті щоденники) - ефективна форма безкоштовної реклами, якої так потребують споживачі. Вони легко відслідковуються, дають можливість генерувати й вимірювати ділову активність, дозволяють створювати гарні відносини й у підсумку перетворюють клієнтів у прихильників компанії.

Цінність одержання зворотного зв'язку безпосередньо від клієнтів очевидна, а блоги забезпечують її в глобальному масштабі. Можна використовувати блогінг і всередині компанії, щоб допомагати співробітникам генерувати й застосовувати нові ідеї, залучати їх до нових проектів і наділяти повноваженнями, удосконалювати їх комунікативні здібності. Блогінг робить більш доступними такі



складні інструменти маркетингу, як дослідження ринку й тестування туристичних продуктів, допомагає компаніям рости, правильно реагувати на негативні події й т.п. Емоційний маркетинг - це різновид маркетингу, який використовує інструменти, спрямовані на задоволення потреб цільового ринку в гострих враженнях, цікавих подіях, спілкуванні, у певному статусі, принадлежності до певної соціальної групи й інші потреби, які можна віднести до емоційної складової життя людини. Так, до емоційного маркетингу відносять шоу-маркетинг, івент-маркетинг, спонсорство, тематичні видовищні події, презентації, свята. Це досить активно можна використовувати у туризмі, пропонуючи споживачам нові захоплюючі напрямки та тури.

Поширеним напрямом у маркетингу в останні роки став брэндинг. Бренд - це успішна товарна марка, за яку споживач готовий платити додаткові гроші.

Брэндинг – це діяльність по створенню й управлінню торговельними марками. У туризмі, наприклад, готельна мережа «Ассог», використовуючи різні марки, пропонує для своїх клієнтів різноманітні торговельні марки, з різним спектром послуг і цін - від бренду «Sofitel» (готелі-люкс) до однозіркових готелів бренду «Formule 1».

Неймінг – це напрям маркетингу, що включає розробку назви для компанії, товару або послуги, яка б запам'яталася споживачам і в майбутньому стала брендом. Тобто, неймінг – це створення унікального імені, яке притягне до компанії споживачів та дозволить процвітати на ринку.

Список використаних джерел: 1.Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 252 с. 2. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства. Навч. пос./ Ю.Б. Забалдіна - К.: Музична Україна, 2002. – 196 с. 3. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк. – Львів: Український бестселер, 2015. – 364 с.



*O.П. Коротун, ст.викладач
O.O. Полонський, студент*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

МАРКЕТИНГ У ТУРИЗМІ: СУТНІСТЬ І СУЧASNІ КОНЦЕПЦІЇ

У статті розглянуто сутність туристичного маркетингу та його сучасні концепції. Визначено основні функції, цілі, принципи туристичного маркетингу.

Ключові слова: Туристичний маркетинг, сучасні концепції, просування і продаж турпродукту, маркетинг-мікс, туризм.

The article discusses the essence of tourism marketing and its modern concepts. The basic functions, goals, principles of tourism marketing are determined.

Key words: Tourism marketing, modern concepts, promotion and sale of tourist products, marketing mix, tourism.

Туризм є однією з найприбутковіших та найбільш динамічних галузей світової економіки. Сьогодні галузь туризму віддзеркалює стан гаманця кожного українця. Девальвація гривні і скорочення доходів істотно знизили частку виїзного туризму, проте стали сприятливим фактором для розвитку внутрішнього.

Туристичний маркетинг використовує своєрідні маркетингові заходи. Вивчення сутності терміну «туристичний маркетинг» в сучасному трактуванні передбачає ефективну взаємодію клієнтів із туристичною фірмою при умові повного виконання їх запитів.

Цілі маркетингу можуть бути класифіковані таким чином:

1. Ринкові - завоювання певної частки існуючих, або виявлення перспективних ринків.

2. Маркетингові - створення іміджу туристичної фірми, заходи щодо створення сприятливого до неї ставлення, обсяг продажів, обсяг прибутку, конкурентна боротьба.

3. Управлінські - вдосконалення структури управління.

4. Ті, що забезпечують, - цінова політика, стимулювання просування і продажу туристичного продукту, його споживчі характеристики.

5. Контрольні.

Якщо ж говорити про функції маркетингу то варто виділити такі функції:



- аналітичні - пов'язані з аналізом зовнішнього і внутрішнього середовища туристичної компанії; вивченням покупців, конкурентів, вивченням постачальників і посередників; аналізом туристичних продуктів;

- виробничі - організація розробки нових турпродуктів; їх виробництво, просування і продаж; розробка та реалізація цінової політики; формування попиту; стимулювання просування й продажу туристичного продукту;

- управлінські - управління маркетингом; контроль за маркетинговими діями; стратегічне і тактичне планування; розробка пропозицій для всіх аспектів маркетингової діяльності.

Щодо власне концепцій, можна сформулювати ось такі сучасні концепції туризму:

– ототожнення туристичного маркетингу із маркетингом послуг, що зумовлено наявністю спільних рис. Саме тому виникає необхідність змін у підходах до організації туристичних послуг;

– орієнтація туристичного маркетингу на попит: тобто побажання та потреби клієнтів

– тісний взаємозв'язок між маркетингом туризму на мікро- та макрорівнях.

Отже, узагальнено, маркетинг туристичний - це система координації діяльності туристичного підприємства в процесі розробки, виробництва, реалізації туристичного продукту та послуг з метою отримання максимального прибутку шляхом найбільш повного задоволення споживача. Головною причиною виділення туристичного маркетингу став бурхливий розвиток туризму, який у багатьох країнах світу став важливою галуззю народного господарства, а в деяких – і головним джерелом доходів.

Також хотілося б виділити маркетинг-мікс. Маркетинг-мікс - це сукупність керованих параметрів маркетингової діяльності, маніпулюючи якими керівництво туристичної компанії прагне якнайкраще задовільнити потреби ринкових сегментів. Іншими словами, під комплексом маркетингу розуміється набір змінних факторів маркетингу, що піддаються контролю. До комплексу маркетингу звичайно включають такі елементи:

- продукт;
- ціна;
- доведення продукту до споживача;
- просування продукту.

Така структуризація комплексу маркетингу вписується в концепцію "4Р", згідно з якою до комплексу маркетингу включаються



чотири елементи, назви яких в англійській мові починаються з літери Р: product, price, place, promotion.

Відповідно до цієї концепції, організації в рамках маркетингової діяльності розробляють і реалізують продуктову, цінову й комунікаційну політику. Туристична компанія може варіювати параметрами комплексу маркетингу з метою найбільш ефективного впливу на ринок, споживачів у рамках наявних можливостей і свого розуміння ролі маркетингу. Проте структура комплексу маркетингу при цьому не змінюється.

Отже, можна підсумувати, що туризм, є не тільки економічним, але одночасно соціальним, культурним, екологічним і політичним явищем. Виходячи з цього, туристичний маркетинг необхідно використовувати з максимальним врахуванням всіх цих факторів. Тоді він в повній мірі буде відображати інтереси як туристичних фірм, так і споживачів.

З огляду на те, що туризм - складна система, симбіоз економіки, політики, екології, культури, для досягнення позитивного маркетингового ефекту необхідна тісна координація маркетингу різних підприємств і організацій. Концепція маркетингу в туризмі носить більше, ніж будь-де, цілісний і загальноохоплюючий характер.

- Список використаних джерел:**
1. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: учебник для вузов. / Ф. Котлер, Дж. Боуен, Дж. Мейкенз; пер. с англ. под. ред. Р.Б. Ноздревой. — М.: ЮНИТИ, 1998. — 787 с.
 2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович. - М.: ИНФРА-М, 2014. – 252 с.
 3. Телетов О.С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні / О.С. Телетов, Н.Є. Косолоп // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 1. — С. 21–34.
 4. Євтушенко О.В. Застосування комплексу маркетингу в сфері туризму / О.В. Євтушенко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. — 2014. — № 1144. — С. 166–170.
 5. Мальська М.П. Маркетинг туризму: Підручник / М.П. Мальська, Н.Л. Мандюк. – Львів: Український бестселер, 2015. – 364 с.
 6. TrierTourismusBibliografien. MarketingimTourismus. Bd. 2. — Trier, 1993. — 360 р.
 7. Заячковська Г.А. Сучасна концепція маркетингу міжнародних туристичних послуг: інтердисциплінарний підхід / Г.А. Заячковська // Європейський вектор економічного розвитку. — 2013. — № 2(15) — С. 106–113.
 8. Примак Т.О. Маркетингові аспекти просування послуг [Електронний ресурс] / Т.О. Примак, А.М. Костюченко. — Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka /2008_633/84.pdf](http://www.nбуv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka /2008_633/84.pdf).
 9. Правик Ю.М. Маркетинг туризму : підручник / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.
 10. Любівцева О.О. Методика розробки турів [Електронний ресурс] / О.О. Любівцева. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm.



O.П. Коротун, ст.викладач
M.М. Трофимець, студент

Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Стаття присвячена питанням сутності та сучасних концепцій маркетингу у туристичній галузі. Досліджено еволюцію сутності поняття «маркетинг туризму». Уточнено сутність маркетингу на підприємствах туристичної галузі через призму трактувань сучасних науковців. Наведено специфічні характеристики туристичних продуктів та тенденції на ринку туристичних послуг.

Ключові слова: маркетинг, маркетинг туризму, туристичних маркетинг, туристичне підприємство, маркетингова діяльність, туристичні послуги

The article is devoted to questions of essence and modern marketing concepts in the tourism industry. The evolution of the concept of "marketing of tourism" is explored. The essence of marketing at the enterprises of the tourism industry is clarified through the prism of the interpretations of modern scholars. The specific characteristics of tourist products and trends in the market of tourist services are given

Key words: marketing, tourism marketing, travel marketing, travel company, marketing activities, travel services

Туризм є однією з найприбутковіших та найдинамічніших галузей світової економіки. Падіння гривні та зменшення доходів українців суттєво вплинули на частку виїзного туризму, але у той же час стали сприятливим фактором для розвитку внутрішнього туризму. У 2015 році виїзний туризм скоротився практично на 40% в порівнянні з провальним 2014 роком, який показав ще більше падіння — 55%. За останніми даними, в даний час за кордон з України виїжджають не більше 12% туристів. Скорочення турпотоків включило ланцюгову реакцію на ринку туристичних та суміжних послуг, в тому числі готельного бізнесу: скорочення персоналу, маркетингові витрати, чarterні ланцюжки. Як наслідок, багато туристичних компаній не змогли вижити в 2015 році, і були закриті. Великі туроператори залишилися на ринку завдяки скороченню своїх обсягів, а ось нові компанії в Україні в 2016 році так і не з'явилися. За оцінками фахівців, на початок 2017 року в Україні налічувалося 5000 туристичних



компаній і приблизно 1000 туроператорів, які отримали ліцензії. У той же час початок року ознаменувався скороченням загальної кількості гравців на 10%[1].

Якщо проаналізувати останні дослідження та публікації на дану тему, то слід звернути увагу на роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних учених: О. Г. Білоруса, Л. І. Гонтаревської, І В. Карлової, Д. Г. Лук яненка, Ю. В. Макогона, Б. З. Мільнера, В. Новицького, Т. В. Орехової, Ю. М. Пахомова, М. Портера, М. Ю. Рубцової, А. М. Ругмана, Дж. Е. Стіглітца, С. Химера. Переважна більшість наукових праць присвячені питанням сутності, особливостей, методам та механізмам маркетингу у туризмі. При цьому, серед вітчизняних напрацювань у сфері маркетингу майже відсутні дослідження, що стосуються питань формування теоретичних засад, так чи інакше маючих вплив на формування сучасних концепцій маркетингу у туризмі. Саме тому, зважаючи на постійні трансформації на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках, економіці окремих країн, політичні та податкові аспекти зумовлюють пошук нових шляхів використання маркетингових інструментів на вітчизняних підприємствах туристичної галузі

За допомогою туризму постійно відбувається перекачування капіталу з економічно розвинутих країн у ті, що розвиваються. Таким чином, туризм належить до найбільш ефективних індустриальних комплексів, якими не можна нехтувати, особливо при розв'язанні проблем виходу економіки з кризи за рахунок її структурної перебудови. У світовому експорті туризм займає третє місце. На першому місці нафта і нафтопродукти, що становлять , на другому автомобільна промисловість . Третє місце займає туризм . Його нарastaюча динаміка підтверджує прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) про те, що ця сфера економіки вже у найближче десятиріччя вийде на перше місце в обсязі світового експорту. Сьогодні, на думку аналітиків, в основі розвитку міжнародного туризму лежать такі чинники: економічне зростання й соціальний прогрес привели до розширення обсягу ділових поїздок та подорожей із пізнавальними цілями; удосконалення всіх видів транспортних засобів зробило дешевшими поїздки; збільшення кількості найманіх працівників і службовців у розвинутих країнах та підвищення їхнього матеріального й культурного рівня; інтенсифікація праці й отримання працюючими більш довгих відпусток; розвиток міждержавних зв'язків і культурних обмінів між країнами привів до розширення міжрегіональних зв'язків; розвиток сфери послуг стимулував розвиток сфери перевезень і технологічний прогрес у



галузі телекомунікації; послаблення обмежень на вивіз валоти в багатьох країнах і спрощення прикордонних формальностей. Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для проведення ефективних маркетингових заходів процесів є дуже високим. По-перше, в Україні сконцентрована величезна кількість культурно історичних ресурсів. По - друге, важливим з них є місця паломництва православних. По - третє, в Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригодництва в поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи[2].

Маркетинг туризму є однією із складових частин класичного маркетингу, що має характерні особливості, які впливають на застосування маркетингових інструментів. Дослідження сутності поняття «маркетинг туризму» дало змогу виявити особливості його сучасного трактування, що характеризується спрямованістю на встановлення довготривалих відносин клієнтів із туристичною фірмою, що можливо за допомогою спрямованості на задоволення потреб споживачів[3].

Список використаних джерел : 1. Обзор рынка туризма. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.companion.ua/articles/content?id=303745>.
2. Особливості використання маркетингу в діяльності туристських підприємств / О.А. Лозова // Культура народов Причорноморья. — 2012. — № 253. — С. 35–36. 3. Євтушенко О.В. Застосування комплексу маркетингу в сфері туризму / О.В. Євтушенко // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. — 2014. — № 1144. — С. 166–170.



Н.М. Макар, студент

С.І. Коваль, ст. викладач

Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У цій статті йдеться про особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні. Також окрему увагу звернено на статистичні дані розвитку туризму та його переваги. Також автор у статті наводить основні проблеми, які гальмують темпи розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, конкуренція

This article deals with the peculiarities of the development of tourism business in Ukraine. Also, particular attention is paid to the statistics of tourism development and its benefits. Also, the author in the article gives the main problems that hinder the development of tourism business in Ukraine.

Key words: tourism, tourism business, competition

На сучасному етапі розвитку економіки важливе місце посідає туризм – цілеспрямована діяльність, яка пов’язана з тимчасовим війздом осіб з постійного місця проживання з пізнавальною, оздоровчою, професійно-ділововою, спортивною, релігійною та іншою метою.

Туристичний бізнес являє собою, з одного боку, сукупність суспільних відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичних послуг (турпродукту), а з іншого боку, є складовою частиною народногосподарського комплексу країни як катализатора економічного зростання.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу України характеризується такими властивостями і функціями:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює туристичні послуги, формує тур продукт і здійснює їх реалізацію;
- формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій створюються робочі місця з відносно малими затратами і забезпечується при цьому високий рівень ефективності, характеризується швидкою окупністю інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколошнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;



- сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;

- мас переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [1, с.11].

На розвиток туристичного бізнесу суттєво впливає державна політика, пріоритетними напрямками реалізації якої є:

- удосконалення правових норм державного управління туристичною індустрією;

- сприяння розвитку туризму як високорентабельної частини сфери послуг народного господарства України; залучення вітчизняних та закордонних інвесторів з метою активізації розвитку туристичної індустрії, створення нових робочих місць;

- стимуляція розвитку сільського та зеленого туризму, в'їзного та внутрішнього туризму;

- розгортання міжнародного співробітництва, інтеграція України в світовий туристичний ринок;

- забезпечення доступності туристично-рекреаційний послуг для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених верств населення завдяки впровадженню пільгової системи відносно вказаних категорій осіб;

- формування сприятливих умов для розвитку туристичної індустрії шляхом спрощення й узгодження таких напрямків її державного регулювання, як: податковий, валютний, митний, прикордонний [2].

За інформацією ООН, понад мільярд людей щорічно подорожують різними країнами світу. Туризм, як окремий сектор економіки, забезпечує 10% ВВП світу і 6% – глобального експорту. Основною властивістю туризму є його здатність впливати прямо та опосередковано на економіку регіону, країн й світу в цілому.

Так, закордонні поїздки впродовж 2017 року здійснили 26,437 млн українців, при цьому 99%, або 26,219 млн - приватні поїздки. З метою службової поїздки за кордон виїжджали в 2017 році 97,3 тис. українців, з метою організованого туризму - 120,9 тис. осіб. Найбільша кількість українців виїджали до Польщі (9,9 млн людей), до Росії (4,4 млн осіб) і до Угорщини (3,1 млн людей) [3].

На сьогоднішній день у туристичному секторі України працює 10% населення. Туризм перетинається з діяльністю 40 галузей української економіки та входить до переліку п'яти галузей України, що приносять найвищі доходи. Як свідчать статистичні дані, у 2016 році Україну відвідали понад 13,3 млн. іноземних громадян, що на 6,7% більше, ніж у 2015 році. За перше півріччя 2017 року в Україні побували 6,3 млн іноземців. Проте всупереч значному туристичному потенціалу, Україна не входить навіть до двадцятки популярних туристичних напрямків у світі. Згідно з рейтингом туристичної конкурентоспроможності Всесвітнього економічного форуму, Україна посідає 88 місце з 146 місць.

Така негативна тенденція розвитку туристичного бізнесу в Україні, насамперед, пов'язана з суспільно-політичною ситуацією в країні, тому середньостатистичні європейські громадяни тепер сприймають нашу країну як



нову «гарячу точку» на карті світу. Крім того, основу туристичної галузі України продовжують формувати недостатньо комфортні турбази та пансіонати, побудовані ще за часів СРСР. Значна частина цих туристичних комплексів не проходила модернізації. Туристів також відштовхує несприятлива екологічна ситуація в Україні. Багато хто знає про наслідки аварії на Чорнобильській АЕС в 1986 році та шкідливі викиди металургійних й інших промислових гігантів у атмосферу і водойми. Хоча, в порівнянні з 1990 р., забруднення атмосфери знизилися на 58% [4].

На розвиток ринку туристичних послуг також впливає низка факторів, а саме: демографічні зміни, матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість тощо. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком та особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже відчутний до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5 % збільшує витрати на туризм на 4 %, а зростання особистого споживання на 5 % збільшує ці витрати на 10 % [5].

Зважаючи на вищевказану інформацію, можна стверджувати, що туристичний бізнес України, безумовно, потребує створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який максимально б задовольнив потреби споживачів, і сприяв, тим самим, забезпеченню комплексного розвитку усіх туристичних територій та їхніх соціальних і економічних інтересів. Крім того, доцільно зважати на вдосконалення маркетингових заходів туристичних фірм та виведення їх на вищий щабель, створюючи імідж та надаючи широкий спектр якісних послуг. Це дозволить розширити коло туристичних інтересів для іноземних громадян, більш повно інформувати їх щодо переваг українських баз відпочинку, туристичних маршрутів та розвивати конкурентоздатний туристичний бізнес в Україні.

Список використаних джерел: 1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посіб. / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учебової літератури, 2007. – 224 с. 2. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/melnychenko1-6.htm 3. Розвиток туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://economics.unian.ua/other/10018883-v-ukrajini-mozhe-z-yavitisya-derzhagentstvo-z-rozvitu-turizmu.html> 4. Розвиток туризму в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://marker-ua.info/> 5. Ляшкевич П. Туризм в Україні / П. Ляшкевич // Сучасний стан та пріоритети розвитку. – 2014. – С. 178.



M. B. Мальчик, д.е.н., професор,

I. O. Опачко, аспірант

Національний університет водного
господарства та природокористування, м. Рівне

УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СПОЖИВАЧІВ У СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Висвітлено особливості управління поведінкою споживачів у системі маркетингу туристичних підприємств. Досліджено ключові чинники купівельної поведінки споживачів туристичних послуг. Деталізовано фактори лояльності споживачів до туристичних підприємств.

Ключові слова: поведінка споживачів, маркетинг, туристичні послуги, туристичне підприємство, лояльність споживачів.

The features of consumer behavior management in the marketing system of tourism enterprises are highlighted. The key factors of purchasing behavior of consumers of tourist services are investigated. The factors of consumer loyalty to tourist enterprises are detailed.

Keywords: consumer behavior, marketing, travel services, tourist enterprise, loyalty of consumers.

Сучасний етап розвитку ринку туристичних послуг в Україні характеризується зростанням конкуренції між вітчизняними туристичними підприємствами, а також активізацією діяльності іноземних туристичних компаній. В таких умовах головним завданням підприємств є утримання існуючих та залучення максимальної кількості потенційних споживачів туристичних послуг. Це можливо шляхом дослідження та аналізу поведінки споживачів, з метою створення та пропонування туристичних послуг, які в більшій мірі відповідатимуть їх потребам. Що, в свою чергу, сприятиме укріпленню конкурентної позиції підприємства на ринку та підвищенню ефективності його функціонування, розвитку туристичної галузі в цілому.

Теоретичні основи управління поведінкою споживачів висвітлені в працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених як Н. Бутенко, С. Гуткевич, О. Зозульова, М. Іванікової, Д. Канемана, Ф. Котлера, Р. Лепи, М. Окландера, О. Петракової, А. Старостіної, Т. Таран, А. Тверські, А. Чхартішвілі. Питанню дослідження купівельної поведінки споживачів на ринку туристичних послуг присвячені роботи І. Білецької, М. Бойка, Г. Горіної, О. Градінарової, А. Дубоделової, А. Дуровича, Н. Кудли, О. Лендела, В. Лук'янова та ін.



Розуміння потреб споживачів та процесу купівлі туристичних послуг є основою успішного маркетингу. Адже, знаючи, як споживач проходить стадії визначення необхідності здійснення купівлі послуги, пошуку інформації, усвідомлення пропонованих альтернатив, ухвалення рішення про купівлю і післякупівельну, можна краще задоволити його потреби. При цьому процес купівлі розглядається як просування туристичної послуги до споживача з моменту, коли потреба в ній виникає у свідомості, до того моменту, коли проводиться аналіз реалізованої купівлі [6, с. 112].

Управління поведінкою споживачів туристичних послуг має наступні особливості, які, в першу чергу, зумовлені специфікою туристичної послуги:

- нематеріальний характер послуги унеможлилює фізичний контакт потенційного споживача з нею в момент купівлі, а тому це ускладнює процес прийняття ним рішення про купівлю і збільшує значення вміння персоналу туристичного підприємства переконати у правильності вибору;

- відокремленість місця продажу туристичних послуг та місця їх споживання – потенційний турист фактично купує послугу навмання, що значно збільшує ризик невідповідності отриманої послуги його очікуванням, а тому потрібно максимально задовольнити потреби споживача, з метою отримання позитивного «післякупівельного» ефекту;

- неможливість накопичення, оскільки від подорожі залишаються лише враження. Завданням туристичного підприємства є формування комплексу позитивних вражень та відчуттів у споживача туристичних послуг, з метою перетворення його у лояльного клієнта з можливістю застосування у майбутньому до нього концепції СЕМ (Customer experience management – управління досвідом клієнта) [1, с. 114].

Основним завданням управління поведінкою споживача туристичних послуг є лояльність до його «особистих» потреб на всіх етапах туристичного обслуговування, навіть якщо мова йде про масовий туризм. Споживач повинен відчути себе єдиним та особливим, а не середньостатистичним клієнтом. У протилежному випадку, висока вірогідність, що жоден маркетинговий інструмент в майбутньому на споживача не вплине.

Велике значення в сфері управління поведінкою споживачів мають дослідження їх лояльності та прихильності до конкретного туристичного підприємства [4, с. 63]. При цьому, лояльність – це позитивний прояв поведінкового аспекту, що базується на попередньому споживацькому досвіді, а прихильність є психологічним



феноменом, що характеризує стійку асоціацію з туристичним підприємством в свідомості споживача. Основні фактори лояльності споживачів до конкретних туристичних підприємств представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Фактори лояльності споживачів до туристичних підприємств

№ з/п	Фактори лояльності	Частка споживачів, для яких значимий фактор
Перший рівень		
1.	Імідж туристичного підприємства	78 %
2.	Висока якість послуг	75 %
3.	Пропозиція туристичних послуг за вигідними цінами	65 %
Другий рівень		
4.	Позитивний досвід співпраці з туристичним підприємством	55 %
5.	Позитивні відгуки в мережі Інтернет	45 %
6.	Позитивні рекомендації друзів та родичів	40 %
Третій рівень		
7.	Додаткові безкоштовні послуги	15 %
9.	Надання послуг з відповідним сервісом	14 %
8.	Дотримання політики конфіденційності щодо особистих даних споживачів	12 %

Складено на основі авторських досліджень

Таким чином, вміле використання факторів лояльності при управлінні поведінкою споживачів може суттєво збільшити прибуток туристичного підприємства, укріпити його конкурентну позицію на ринку. При цьому слід враховувати й ключові чинники, що визначають поведінку вітчизняних споживачів туристичних послуг. У теорії та практиці маркетингу виділяють зовнішні, особистісні та психологічні чинники купівельної поведінки споживачів [2, с. 121].

Найважливішими зовнішніми чинниками, що впливають на поведінку споживачів туристичних послуг є природно-географічні, культурно-історичні, економічні, політико-правові, технологічні, культурні та соціальні.

Природно-географічні та культурно-історичні чинники є визначальними і спонукальними при виборі споживачами певного регіону для відвідування, тому в процесі формування пропозиції



туристичної послуги доцільно забезпечити їхню доступність і через систему маркетингового просування – привабливість туристичного маршруту.

Важливе значення у формуванні поведінки споживачів туристичних послуг має ціна та її відповідність якості пропонованих послуг. Тому для обслуговування певного ринкового сегмента туристичне підприємство повинно при формуванні пропозиції враховувати матеріальне положення наявних і потенційних споживачів та кон'юнктuru ринку.

Вагомий вплив на запити і купівельну поведінку споживачів туристичних послуг мають культурні чинники, зокрема приналежність до певної культури, субкультури, суспільного класу та ставлення до моди. Прагнення до пізнання особливостей культури різних народів і країн спонукає людей купувати туристичні послуги, що відкриває перспективи для підприємств.

Особистісні чинники включають сукупність психо-емоційних характеристик споживача, що визначають його купівельну поведінку. До складу психологічних чинників впливу на поведінку споживачів туристичних послуг належать: мотивація, сприйняття, засвоєння, установки і переконання [7].

Отже, дослідження та управління поведінкою споживачів в системі маркетингу туристичних підприємств забезпечує можливості прогнозування їх потреб, формування привабливих ринкових пропозицій з урахуванням запитів туристів, налагодження взаємовідносин та системи зворотнього зв’язку зі споживачами, а також розробку ефективних маркетингових заходів по просуванню туристичних послуг на ринку.

Список використаних джерел: 1. Білецька І. М. Маркетинг у туризмі / І. М. Білецька // Карпатський край. – 2012. – № 2. – С. 111-117. 2. Дубодєлова А. В. Впливові чинники купівельної поведінки кінцевих споживачів на туристичному ринку / А. В. Дубодєлова, Л. С. Лісовська, Х. Ю. Малкуш // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2014. – № 811. – С. 120-125. 3. Зозулев А. П. Поведение потребителей : учебное пособие / А. П. Зозулев. – К. : Знання, 2004. – 364 с. 4. Іваннікова М. М. Маркетингове управління лояльністю споживачів // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2014. – №3. – С. 62-72. 5. Лендел О. Д. Розвиток комунікаційної моделі маркетингу туристичних послуг / О. Д. Лендел, В. Д. Пилипчук // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – Випуск 2(4). – С. 87-92. 6. Окландер М. А. Поведінка споживача : навч. посіб. / М. А. Окландер, І. О. Жарська – К. : «Центр учебової літератури», 2014. – 208 с.



*Мальчик М.В., д.е.н., професор,
Попко О.В., к.е.н., доцент,*

Національний університет водного господарства та природокористування

Онищук Н.В., к.е.н., ст.викладач

Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ СПІВПРАЦІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ключовою ціллю маркетингу в туризмі є забезпечення високих темпів розвитку туристичного підприємства у стратегічній перспективі та зростання його конкурентних позицій на туристичному ринку. У науковій праці наведено алгоритм структурно-логічної послідовності формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств у межах окремо взятого туристичного центру.

Ключові слова: система маркетингу співпраці туристичних підприємств, туристичний центр, туристичний продукт.

The key marketing purpose in tourism is providing of the high rates of development of tourist enterprise in a strategic prospect and increase of his competition positions at the tourist market. To scientific work the algorithm of logical chart of forming of the system of marketing of collaboration of tourist enterprises is driven within the limits of the separately taken tourist center.

Keywords: system of marketing of collaboration of tourist enterprises, tourist center, tourist product.

Досягнення головної цілі мікромаркетингу в туризмі – забезпечення високих темпів розвитку туристичного підприємства у стратегічній перспективі та зростання його конкурентних позицій на туристичному ринку – передбуває у тісному взаємозв'язку з станом реалізації головних цілей макро- та мезомаркетингу туризму, якими є розроблення конкурентоспроможного національного та регіонального туристичного продукту конкретного регіону на базі збалансованого та інтенсивного розвитку туризму у ньому, а також його популяризація серед внутрішніх і зовнішніх споживачів.

Звідси випливає, що розроблення системи маркетингу співпраці туристичних підприємств будь-якого туристичного регіону чи центру повинно передбачати необхідність формування трьох її рівнів - макро-, мезо- та мікромаркетингу.

Обґрунтовуючи вибір трирівневої системи для досягнення поставленої цілі доцільно виходити також із того, що така система



враховує комплексність туристичного продукту та розглядає його з позицій усіх учасників туристичного центру. Таким чином, усі учасники туристичного центру мають певний вплив на цінність туристичного продукту: з одного боку, усі вони повинні нести відповідальність за рівень цінності комплексного туристичного продукту, а з іншого, – кожен з них має отримувати винагороду за зростання цієї цінності.

Отже цілком логічно, що зацікавленість у співпраці усіх суб'єктів туристичного центру має бути взаємною і вести до покращення результативності їх діяльності за рахунок зростання привабливості, унікальності, естетичних характеристик комплексного туристичного продукту у межах туристичного центру.

Зазначені вихідні позиції формування системи маркетингу співпраці туристичного підприємства доповнюються ще однією важливою її характеристикою – клієнтоорієтованістю. Адже запропонований підхід передбачає, що підбір учасників туристичного центру відбувається не за галузевою ознакою, а на основі вивчення особливостей потреб і вимог споживачів до туристичного продукту. На наш погляд, межі туристичного центру мають бути гнучкими і змінюватися за таких умов: якщо виникає потреба у введенні нових суб'єктів чи галузей, якщо змінюються умови ринку чи потреби споживачів тощо. Така гнучкість і мобільність буде сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту.

Найбільш доцільним методичним підґрунтам для формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств може бути системний підхід. Тобто доцільно розглядати систему маркетингу співпраці як ідеологічне, методологічне та технологічне підґрунтя самого існування туристичного центру, яке своєю чергою має забезпечити взаємовигідну співпрацю не лише між туристичними агенціями, а й між усіма підприємствами, організаціями і фізичними особами, що зацікавлені у розробленні та просуванні конкурентоспроможного місцевого туристичного продукту.

Однак, перш ніж система розпочне своє функціонування, мають бути підготовлені певні елементи для її формування, проектування, апробації [9]. Тому в загальному порядку при формуванні системи маркетингу співпраці доцільно розрізняти наступні послідовні етапи (рис. 1): підготовчий; аналітично-проектний; пілотний; екстенсивного зростання; інтенсивного зростання.

Повний перелік системоутворюючих властивостей має характеризувати систему маркетингу співпраці вже на початку 5-го етапу.

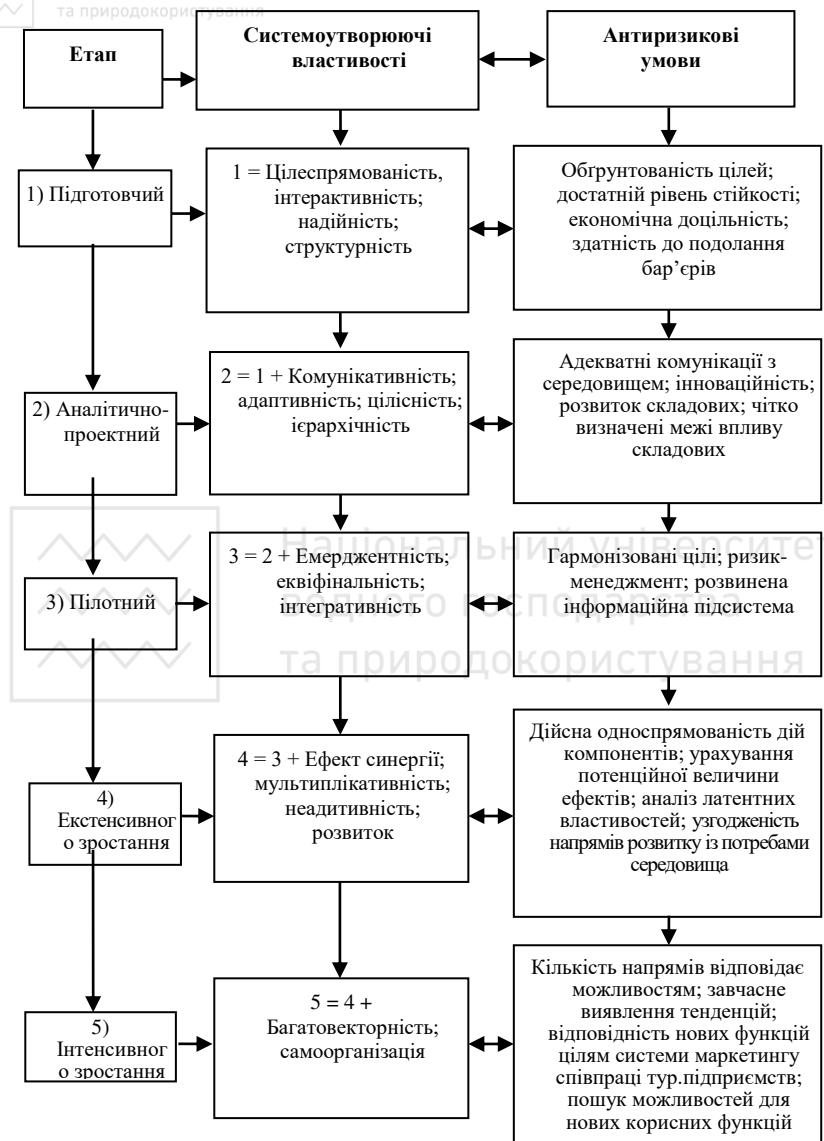


Рис. 1. Порядок формування властивостей системи маркетингу співпраці туристичних підприємств у межах проектованого туристичного центру (розроблено на основі [2], [7])



Однак, для досягнення такої мультиатрибутивності, ініціаторам необхідно забезпечити послідовне набуття системою комплексу важливих характеристик на кожному етапі її формування.

Водночас слід мати на увазі, що сформованою системою маркетингу співпраці можна вважати лише з 4-го етапу, оскільки на перших трьох система ще не буде цілісною, а зазначені характеристики у цей період будуть притаманні її окремим системоутворюючим елементам.

Крім того, зазначені туристичні підприємства можуть бути, так званими, «якірними» підприємствами, які не лише ініціюють створення туристичного продукту, а й входять до базових елементів з розвитку туристичних центрів. Останні розглядаються туристичними підприємствами у якості:

1. як джерело майбутнього зростання за рахунок створення сприятливих умов для розвитку внутрішнього туристичного продукту;
2. як ресурсно-інфраструктурна основа для формування системи маркетингу співпраці;
3. як платформа для посилення конкурентних позицій на ринку туристичних продуктів;
4. як система, що забезпечує (а в подальшому, можливо, і гарантує) обраний вектор диференціації асортименту туристичних продуктів, а отже і позицію самого туристичного підприємства, що їх пропонує.

Враховуючи біполярну сутність властивостей систем маркетингової співпраці, на кожному етапі її формування якірні туристичні підприємства (від моменту виникнення ідеї), а також усі учасники майбутнього туристичного центру (починаючи з другого етапу) мають забезпечити комплекс умов, що зменшуватимуть ймовірність виникнення відповідних ризиків або навіть перешкоджатимуть їх настанню. З метою досягнення зазначеного ефекту, можна запропонувати наступний алгоритм формування системи маркетингової співпраці туристичних підприємств:

1. Виведення на ринок. Метою даного етапу є виконання усіх підготовчих робіт для забезпечення успішного функціонування майбутнього туристичного центру, включаючи аналіз і проектування, а також пілотну апробацію усього комплексу розробок (туристичний центр-система маркетингу співпраці-туристичний продукт) в умовах ринку.
2. Аналіз інформації та проектування систем маркетингу співпраці, який передбачає збір інформації, необхідної для генерування ідей за визначеними напрямами.



3. Пілотне випробування системи маркетингу співпраці туристичного продукту, яке має на меті забезпечення організації тестування у межах рекламного (інформаційного) туру.

4. Перехід до фази екстенсивного зростання системи маркетингу співпраці туристичного підприємства, яке передбачає зосередженості на реалізації трьох взаємоузгоджених процесів: створенні туристичного інформаційного центру; реалізації комплексної просвітницької програми та популяризації внутрішнього й в'їзного туристичного продукту.

5. Перехід до фази інтенсивного зростання забезпечить формування необхідного комплексу властивостей системи маркетингу співпраці туристичних підприємств у межах проектованого туристичного центру, оскільки до набутих на попередніх чотирьох етапах додадуться такі як багатовекторність й самоорганізація.

Розроблений алгоритм представляє структурно-логічну послідовність формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств, котрий можна буде запровадити у межах окремо взятого туристичного центру. Досягнення очікуваних результатів потребуватиме застосування туристичними підприємствами та усіма учасниками системи маркетингу співпраці відповідного методичного інструментарію.

та природокористування

Список використаних джерел: 1.Бистров А.Г.Особливості та зміст організаційно-управлінських інновацій [Електронний ресурс] / А. Г. Бистров // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2011. - № 2. - С. 53-57. 2.Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учеб. для студентов высш. учеб. заведений / М.Б. Биржаков – СПб. : Изд. Дом Герда, 2004. – 448 с.

3.Маркин В.В. Региональная идентификация и социальное моделирование российских регионов: проблема социологической интерпретации // Сборник материалов социологических исследований. Институт социологии РАН. – М., 2007. 5. Момчева А. М. Управлінські інновації: сутність, види, особливості впровадження / А. М. Момчева // Вісник Дніпропетровського університету, Серія "Економіка". – 2013. – № 7/4. – С. 98–105. 6. Орленко О.І. Як створити життезадатний туристичний інформаційний центр або етапи великого шляху / О.І. Орленко // Новости туризнеса. – 2007. – № 13–14. – С. 20–22. 7. Павленко Т.М. Автореферат дис. на здобуття наук. ступ. канд. геогр. наук. «Територіальна рекреаційна система Полтавської області і перспективи її розвитку». – 2011. – К.: Київ.нац.ун-т ім. Тараса Шевченка. – 18 с. 8. Перегудов Ф.И., Тарасенко Ф.П. Введение в системный анализ. – М.: Высшая школа, 1989. 9. Тумакова К. Маркетинг територий в дискурсе социально-пространственной (региональной) идентификации имиджевого позиционирования // Власть. – 2011. – №4 – С. 76–79. 10. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 284 с.



*O.B. Мартинюк, к.е.н., доцент
Ю.Польовий, студент*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Нами розглянуто функції та засади управління збутовою діяльністю підприємства. Запропоновано напрями покращення та оптимізації даної сфери діяльності.

Ключові слова: збутова діяльність, підприємство, логістика, канал розподілу.

We consider the functions and principles of management of sales activities of the enterprise. Areas of improvement and optimization of this sphere of activity are offered.

Key words: sales activity, enterprise, logistics, distribution channel.

Діяльність будь-якого підприємства здійснюється заради сталого розвитку суспільства, наслідком якого буде одержання належного прибутку. Функціонування підприємства включає такі етапи як створення доброкісної продукції та її доведення до споживачів. Збут відноситься до останнього етапу роботи підприємства і відіграє важливу роль у ньому, тому що, завдяки налагодженні системі збутової мережі, підприємство матиме реалізацію продукції на постійній основі і необхідний прибуток.

Збут виконує наступні основні функції:

- розробка стратегії збуту підприємства;
- моніторинг інформації щодо потреб споживачів на локальному, регіональному та національному рівнях;
- формування партій продукції відповідно до потреб споживачів щодо якості та цінової політики;
- пакування продукції згідно з вимогами ринку;
- знаходження каналу (каналів) збуту для віддалених покупців;
- збереження продукції на складах перед транспортуванням, перевірка продукції на складах;
- організація логістики і транспортування товару;
- контроль і допомога посередникам підприємства, щоб вони не перевищували встановлені підприємцем ціни на продукцію;



- контроль і управління запасами товарів на підприємстві та на його філіях;
- моніторинг і систематизація думок, висновків про продукцію та ціни підприємства проміжних та кінцевих споживачів, висновки та розробка методів удосконалення діяльності підприємства для подальшого задоволення потреб споживачів.

Для удосконалення збутової діяльності можна запропонувати такі заходи:

1. Удосконалення системи планування збуту. На підприємствах нерідко простежуються відхилення від темпів продажу, стратегії. Для виправлення цих недоліків треба більш точно визначити стратегію підприємства, зробити прогнозування обсягу реалізованого товару, визначити частку ринку.

2. Покращення кадрового забезпечення. Підприємству потрібно зменшити витрати на обслуговування відділів, які можна поєднати, а також треба розробити стандарти ефективної праці менеджерів зі збуту. Доцільним буде їх постійне навчання, корпоративні тренінги, підвищення кваліфікації, щорічні екзаменаційні атестації на підприємстві з фаховою діяльністю працівників.

3. Удосконалення системи організації збутової діяльності. Підприємству доцільно використовувати у своїй діяльності методи продажу через мережу Інтернет, мати свій сайт, де наявним буде повний асортимент продукції та можливість замовлення у режимі онлайн.

4. Удосконалення якості продукції. Цей пункт можна вважати найважливішим. Кожне підприємство повинно мати за головну мету максимальне задоволення потреб споживачів. Звісно, що споживач потребує якісної продукції, яка не зашкодить його здоров'ю. Саме тому, продукція, яка надходить від товаровиробника повинна бути екологічно чистою (наприклад, меблі з натуральної деревини, їжа без додавання хімічних підсилювачів смаку, ГМО тощо) і доброкісною.

5. Територіальне обмеження збутової діяльності. Підприємству доцільно охоплювати межі того міста, де воно працює. Якщо йому вистачає потужності і всі споживачі території, яку охоплює це підприємство, задоволені у своїх потребах, то збутова діяльність може бути поширена на область або декілька прилеглих областей. Завдяки цьому підприємство мінімізує питомі витрати, зможе варіювати ціновою політикою продукції, а конкуренти змушені будуть покинути це середовище.

6. Варіювання цінової політики. Підприємство повинне створювати цінову політику для трьох основних прошарків населення – вищого,



середнього і нижчого класу за доходами. Для кожного класу може бути своя ціна на товар, проте сама продукція повинна бути якістю для будь-якого споживача. При цьому треба розуміти, що більша частка суспільства в Україні відноситься до прошарку нижчого класу населення (до 70%), тому доцільно знаходити резерви зниження питомої собівартості та ціни за рахунок, наприклад, використання простішої упаковки товару, відсутності традиційної реклами для нужденної частини суспільства. За умови виконання попереднього пункту удосконалення збутової діяльності, підприємство буде мати позитивну суспільну думку і можливість забезпечення без кризового розвитку на довгострокову перспективу.

Втілення у практику збутової діяльності запропонованих заходів удосконалення сприятиме підвищенню прибутковості підприємства, його ефективності в цілому й досягнення сталого розвитку локального суспільства та суб'єкта господарювання, що є проблемою третього тисячоліття.

Список використаних джерел: 1. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт. – М. : МТ-Пресс, 2001. – 268 с. 2. Балабанова Л. В. Маркетинговый аудит системы сбыта : моногр. / Л. В. Балабанова, А. В. Балабаниц. – Донецк : ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2003. – 189 с. 3. Осипов В. И. Економіка підприємства : підруч. для студ. вищих навч. закладів / В. И. Осипов. – О. : Маяк, 2010. – 724 с. 4. Митрохіна Ю. П. Ключові фактори успіху підприємства в області збуту / Ю. П. Митрохіна // Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери: міжнар. наук.-практ. конф., 5-6 червня 2008 р. : тези доп. – Донецьк : ДВНЗ "Донецький національний технічний університет", 2008. – Т. 2. – С. 215–218.



УДК 316.422:640.43

В.В. Луцяк, д.е.н.

Л.М. Марчук, здобувач

Вінницький національний аграрний університет

СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ПІДПРИЄМСТВІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Встановлено стратегічні пріоритети інноваційного розвитку ресторанного підприємства. Запропоновано методичний підхід до проектування інновацій на основі розгортання функції якості із забезпеченням взаємозв'язку між комплексом маркетингу, потребами споживачів та виробництвом.

Ключові слова: інновації, ресторанний бізнес, стратегія, продукт, створення

The strategic priorities of restaurant enterprise innovative development are established. The methodical approach of innovations designing on the basis of deployment of quality function with the provision of interconnection between the marketing complex, the needs of consumers and production is proposed.

Key words: innovation, restaurant business, strategy, product, development

Свобода підприємств ресторанного бізнесу у підприємницькій діяльності сприяє розвитку інноваційних процесів. Підприємства ресторанного бізнесу власними зусиллями формують і реалізовують комплекс маркетингу: виготовляють наділену споживчою цінністю продукцію, встановлюють на неї ціни, налагоджують ділові контакти й формують збут, визначаються із заходами та засобами просування своєї продукції та послуг. Дані обставини додають обов'язків керівництву підприємств ресторанного бізнесу у сфері визначення орієнтирів для поступового розвитку й виділення найбільш прийнятних напрямків такого розвитку.

Стратегія відкриває перспективу для підприємства ресторанного бізнесу, що направляє його ресурси, залучає нові ресурси і допомагає просувати й реалізовувати продукцію та послуги.

Сильні сторони підприємства ресторанного бізнесу в процесі стратегічного управління можна реалізувати через впровадження деяких деталізованих стратегій, що пропонує Спіріна М., а саме: [3]:

- стратегія інноваційного розвитку;
- лідера за якістю;
- діяльності на специфічному сегменті або стратегія нішера;
- диверсифікації та поглиблення асортименту.

Популярністю на сучасному етапі користується узагальнюючий



підхід до стратегічного управління на основі здійснення стратегічного планування, запропонований М. Портером. Майкл Портер та інші американські дослідники виділяють три типи стратегії: лідерство за витратами, спеціалізація та концентрація [5, 6, 7]. Стратегія концентрації, в свою чергу, поділяється на дві: концентрація на спеціалізації та концентрація на витратах. В умовах розвинутого ринку споживачів, та посиленої конкуренції підприємствам ресторанного бізнесу доводиться шукати нові шляхи задоволення існуючих потреб споживачів. Урахування даних обставин змушує розширити перелік основних конкурентних стратегій М. Портера стратегією диференціації та інноваційною стратегією.

Місце інноваційної стратегії в системі стратегічного планування ресторанного підприємства визначається тим, що інноваційна стратегія, перш за все, повинна підвищувати та/або підтримувати конкурентний статус продукції, що випускається підприємством і підприємства в цілому. Процес випуску продукції тісно пов'язаний з усіма іншими процесами в ресторанному підприємстві. Тому, інновації, що спрямовані на зміну продукції, можуть стати причинами змін у процесі виробництва й організації продажу, а також у підготовці персоналу підприємства та в системі управління.

В сучасних умовах зміни ринкової орієнтації України з ринків країн СНД на ринки Західної Європи критичним стає питання характеру експортної орієнтації країни на реалізацію готової продукції, що має більший потенціал у створенні доданої вартості, ніж сировина, матеріали чи напівфабрикати. Нами пропонується концепція, згідно з якою розвиток національного господарства України повинен відбуватись на основі принципів, відповідно до яких визначається можлива множина стратегічних рішень підприємств – суб'єктів інноваційної діяльності:

- орієнтація виробництва на власні унікальні ресурси;
- створення сировинної бази на регіональному рівні;
- розробка та впровадження у виробничий процес нової техніки;
- розробка та виведення на ринок нових товарів;
- розробка та впровадження у виробничий процес нових технологій;
- розвиток ринків збути нововведень на основі маркетингової діяльності;
- розвиток відповідних видів економічної діяльності.

На стадії відбору ідей створенню інновацій з мінімальним ризиком сприяє використання методології розгортання функції якості, що надає можливість:



- розробити принципи відбору ідей у відповідності до запитів споживача;
- показати на прикладі ефективність застосування методології розгортання функції якості на етапі відбору ідей у відповідності до запитів споживача;
- розробити критерії оцінки запитів споживача.

Сутнісна характеристика QFD розкриває методологію системного зв'язку та перетворення комплексу маркетингу підприємства і бажань споживачів у характеристики, що забезпечують якість продукції, послуг, процесів [4].

При виборі елементів комплексу маркетингу, що формує бажання і очікування споживачів, різниця умов застосування основних принципів визначає доцільність встановлення типу товару за ступенем довговічності, матеріальної відчутності або купівельних звичок споживачів, а також урахування етапу його життєвого циклу [1].

При визначенні природи бажань і очікувань споживачів по відношенню до вибраного продукту слід врахувати, що окрім сучасні дослідження споживчої поведінки спираються на психологічні моделі економічного вибору [2].

Визначення характеристик продукції та їх груп слід здійснювати у відповідності до моделі продукту, що відображає споживчу цінність цього продукту: дворівнева, трирівнева, п'ятирівнева

При побудові першого, другого та третього будинків якості відповідні характеристики очікувань споживачів, продукту та його компонентів доцільно об'єднати у групи у відповідності до описаних базових моделей.

При цьому можливим є встановлення зв'язку різної сили між виділеними групами, а графічна фіксація такого зв'язку матиме більшу наочність. Це є важливим з огляду на те, що надається можливість визначення характеристик, що встановлюють зв'язок між різними їх рівнями. Практичне значення таких характеристик полягає в тому, що вони можуть бути більш істотними і можуть мати більше значення для покупця при прийнятті рішення що до придбання продукту.

Запропонований підхід реалізовано на прикладі розробленого автором інноваційного харчового продукту ТМ «Їжа богатирів» – «Горіховий щербет» (патент на корисну модель № 83647).

Для ресторанного підприємства актуальним стає визначення стратегії як інноваційної моделі дій для досягнення поставлених цілей. З метою отримання підприємством стійких конкурентних переваг в конкурентному середовищі в науковій роботі запропоновано стратегії управління конкурентоспроможністю ресторанного підприємства. Ідея



створення інновацій повинна базуватись на наукових принципах та інноваційній стратегії досягнення мети. В ідеальному варіанті метою є створення товару масового використання на основі споживчих переваг.

Практичним аспектом використання методології QFD є деталізація методів вибору характеристик, що використовуються в процесі розгортання функції якості, встановлення зв'язку між комплексом маркетингу підприємства та характеристиками виробництва спрямованими на забезпечення якості продукції. Впровадження запропонованого механізму створення функціональних продуктових інновацій дозволить зменшити ризики виробництва неякісної продукції ресторанним підприємством; підвищити конкурентоспроможність продукції на ринку; забезпечити гарантії того, що споживачі приймуть і скористаються новою (модернізованою) продукцією ще до того, як вона буде поставлена на ринок; знизити витрати на випуск дослідної партії продукції; більш чітко визначити процеси організації; оптимально розподіляти ресурси.

- Список використаних джерел:**
1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс / Ф. Котлер. – Санкт-Петербург: Питер, 2006. – 464 с.
 2. Минетт С. Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач / С. Минетт. Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 208с.
 3. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – №8. – С.176-182.
 4. Akao Y. (1972). New Product Development and Quality Assurance - Quality Deployment System. *Standardization and Quality Control*, Vol. 25, No. 4, 7–14.
 5. Hill, C. W. L., Jones, G. R. (1992) Strategic Management. Boston: Houghton Mifflin Co.
 6. Porter, M. On Competition / M. Porter. – Harvard Business School Publishing. – 2008. – p. 544.
 7. Thompson, A.A., Jr., Strikland, A.J. Strategic Management. Homewood Il.: Irwin inc., 1990



Л.Г. Стайло, к.е.н.,

Н.А. Стайло, аспірант,

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ПРИНЦИПИ ЗДІЙСНЕННЯ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто принципи здійснення лібералізації підприємництва в сфері готельного бізнесу, а саме принципи адаптивності та мобільності, стратегічності та цілеспрямованості, ієрархічності, системності, раціональності та економічної ефективності, конкурентостійкості, збалансованості, інноваційності та розвитку.

Ключові слова: підприємництво, готельне підприємство, готельний бізнес, лібералізація підприємництва

The principles of business liberalization in the sphere of hotel business are considered, namely, the principles of adaptability and mobility, strategic and purposefulness, hierarchy, systemicity, rationality and economic efficiency, competitiveness, balance, innovation and development.

Key words: entrepreneurship, hotel enterprise, hotel business, liberalization of entrepreneurship

Підприємства готельного господарства належать до складних соціально-економічних систем, всередині яких виділяють дві складові: 1 – виробництво послуг; 2 – управління. Кожна з них взаємодіє між собою і підпорядковується одна одній [1, с. 12]. Мета таких організаційних утворень є вихідним моментом їх взаємодії. Для її досягнення система управління впливає на сферу виробництва послуг. Проявом зворотного зв’язку такої системи є зміни у сфері виробництва послуг, які обумовлюють внесення певного корегування для управління процесом.

Вважаємо, що складні соціальні-економічні системи підприємств готельного господарства характеризуються певними особливостями (рис. 1), які впливають на їх функціонування і потребують особливої уваги при вивченні питань лібералізації діяльності та управління їх розвитком.



Для ефективного здійснення лібералізації підприємницької діяльності готельних підприємств з метою забезпечення конкурентоспроможності, на нашу думку, доцільна реалізація наступних ключових принципів [3].

Принцип адаптивності та мобільності – полягає в гнучкості та оперативному реагуванні менеджменту готельного підприємства при лібералізації їхньої діяльності на зміну чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, інтенсивності їх впливу, викликів сучасних тенденцій у бізнес-процесах.

Принцип стратегічності та цілеспрямованості – визначає врахування в діяльності готельних підприємств на альтернативних засадах цільовоу спрямованість, «сильні та слабкі сторони» підприємства, також можливості та загрози, що диктує ринок.

Принцип ієрархічності – полягає у поділі складових та основних етапів лібералізації діяльності підприємства залежно від ступеня пріоритетності, важливості, а також формуванні рівнів її виконавців.



Принцип системності – визначає доцільність підвищення конкурентних переваг підприємств за рахунок лібералізації їхньої діяльності та забезпечення як цілісної системи, елементи якої є взаємопов'язаними.

Принцип раціональності та економічної ефективності – полягає у обґрунтуванні економічної вигоди від лібералізації діяльності готельних підприємств, яка виражається у перевищенні одержаних результатів над витратами на впровадження.

Принцип конкурентостійкості – полягає у постійній орієнтації готельного підприємства на боротьбу з викликами сучасної конкуренції, формуванням набору конкурентних переваг та здатності підприємства не лише забезпечувати свою конкурентоспроможність на внутрішньому, а й на зовнішніх ринках.

Принцип збалансованості – пов'язаний із наявністю відповідності та оптимального співвідношення між реальними потребами та наявними ресурсами при лібералізації діяльності.

Принцип інноваційності та розвитку – означає, що процес здійснення господарської діяльності готельного підприємства повинен враховувати динамічність змін у бізнес-процесах, результатах науково-технічного прогресу та орієнтувати підприємство в напрямку до постійного розвитку, удосконалення та впровадження нововведень.

Отже, запропоновані принципи утворюють систему ефективного здійснення лібералізації підприємницької діяльності готельних підприємств з метою забезпечення їхньої конкурентоспроможності на вітчизняному та зарубіжному ринках.

Список використаних джерел: 1. Нейман Дж. фон Теория игр и экономическое поведение / Нейман Дж. фон, Моргенштерн О. – Москва : Наука, 1970. – 708 с. 2. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту : навч. посібник / Х. Й. Роглев. – Київ : Кондор, 2005. – 408 с. 3. Шпак Н.О. Основні принципи формування стратегії забезпечення економічної стабільності підприємства / Н.О. Шпак, М.І. Романишин // Vedeckopokrok na rozmezí tisíciletí – 2010 : materiály VI mezinárodní vědecko-praktická konference. – Díl 10. – Ekonomické vědy. – Praha. Publishing "Education and Science" s.r.o – str. 7-10.



3. ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

УДК 338.48

M. I. Бублик, д.е.н., доцент,

Національний університет «Львівська політехніка, м.Львів

A. M. Дідик, д.е.н.,

ПВНЗ «Львівський університет бізнесу та права»

ІННОВАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Вивчено інноваційне забезпечення оцінювання результатів у сфері туризму. Проаналізовано дохід, отриманий від здійснення туристичної діяльності, визначено частку наданих туристичних послуг відносно обсягу ВВП. Побудовано економіко-математичні моделі прогнозування показників ефективності розвитку туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, національна економіка, інноваційне забезпечення, ефективність, економічне оцінювання.

Summary. The innovative evaluation of results in the field of tourism was studied. The income derived from the tourism activity is analyzed, the share of the tourist services provided with respect to the volume of GDP is determined. Economic-mathematical models of forecasting indicators of tourism development efficiency in Ukraine have been constructed.

Key words: tourism, national economy, innovation support, efficiency, economic evaluation.

Проблема оцінювання ефективності розвитку певного виду економічної діяльності безпосередньо пов'язана із формуванням системи показників, що характеризують його результати. Сфера туризму останніми роками відіграє ключову роль у розвитку національних економік, як в глобальному, так і регіональному масштабах. Отримані доходи від туристичної діяльності окремих суб'єктів господарювання формують сумарний ВВП всієї національної економіки, а внаслідок перерозподілу стають частиною надходжень до державного бюджету та інших загальнодержавних фондів.

У провідних країнах світу дохід від здійснення туристичної діяльності досягає 5-7 % від загальнонаціонального ВВП, що суттєво впливає на розвиток їхніх економік, покращує загальний політичний статус цих держав. Кількість туристів, що відвідали країну – вважається показником загального розвитку держави, характеризує її економічну



стабільність та фінансову стійкість, рівень інноваційного розвитку, стан науково-дослідних розробок та ступінь впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

В Україні та світі сьогодні багато науковців працюють над вивченням шляхів розвитку туризму, досліджуючи методи оцінювання результатів у сфері туризму. Як вітчизняні науковці, так і фахівці з-за кордону багато уваги приділяють проблемам розвитку туристичної галузі, його особливостям та специфічним умовам.

Мальська М. П. у роботі [1] досліджувала потреби в регулюванні, підтримці та контролю діяльності туристичних агентств та операторів з боку держави, що дало змогу визначити основні засади державної політики розвитку туризму в Україні. У роботі [2], розглядаючи особливості інноваційного розвитку міжнародного туризму, автори виділили основні проблеми, які гальмують розвиток міжнародного ринку туристичних послуг, та запропонували напрями його інноваційного забезпечення.

У роботі [3] Музиченко-Козловська О.В. проаналізувала основні індикатори розвитку туризму та визначила внесок цього виду економічної діяльності в національну економіку України. Дослідивши чинники, що перешкоджають інтенсифікувати розвиток сфери міжнародного туризму, автори робіт [4-6] запропонували шляхи вдосконалення системи державного регулювання міжнародної туристичної діяльності.

З метою інноваційного забезпечення оцінювання ефективності розвитку туристичної діяльності в Україні, визначення частки вартості товарів і послуг, вироблених туристичними агентствами й операторами, у загальному обсязі ВВП України, було досліджено доходи, отримані діяльністю суб'єктів господарювання, що працюють в туризмі та запропоновано сукупність показників економічного оцінювання їх результивності. Це дозволило сформувати завдання, серед яких: 1) вивчити теоретичні засади інноваційного забезпечення оцінювання і прогнозування ефективності розвитку здійснення туристичної діяльності в межах національної економіки; 2) проаналізувати статистичні дані щодо стану та структури складових результатів сфери туризму та дослідити їх динаміку; 3) запропонувати інноваційне забезпечення оцінювання розвитку туризму шляхом розроблення економіко-математичної моделі для дослідження ключових показників, що впливають на результати туристичної діяльності.

У результаті проведеного наукового дослідження було вивчено економічні результати України в сфері туризму, а саме оцінено дохід отриманий від здійснення туристичної діяльності, визначено частку



вартості вироблених товарів і послуг в сфері туризму до загального обсягу ВВП України. Аналізування статистичних даних щодо стану та структури надходжень від здійснення туристичної діяльності дали змогу дали змогу обґрунтувати, що туризм є одним з важливих видів економічної діяльності в розвитку національної економіки.

Зниження результативності господарської діяльності в сфері туризму прямопропорційно залежить від стабільноті політично-економічних факторів. Рекомендовано розвиток туризму включити до стратегічний цілей розвитку національної економіки як одне із пріоритетних завдань.

Побудована економіко-математична модель для прогнозування основних показників, за допомогою якої запропоновано проводити оцінювання ефективності розвитку даного виду економічної діяльності, складає основу інноваційного забезпечення системи оцінювання і прогнозування економічної результативності сфери туризму в межах національної економіки. Це зумовило потребу в удосконаленні та формуванні системи уніфікованих методів розрахунку відповідних показників економічної результативності. Досліджені статистичні ряди розвитку туристичної діяльності вказують на необхідність розроблення структури моделі показників її результативності, до складу якої рекомендовано включити кількість в'їзних туристів, кількість туристичних об'єктів та частку доходів від них.

Запропонована економіко-математична модель дає змогу прогнозувати основні показники, що впливають на економічну результативність туристичної діяльності в Україні, з метою комплексного покращення її стану для виведення на європейський рівень.

Список використаних джерел: 1. Мальська М. П. Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність: монографія / М. П. Мальська, М. И. Рутинський, Н. М. Паньків. - Львів: Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. - 268 с. 2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. - К.: Знання, 2008. - 661 с. 3. Музиченко-Козловська О.В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території. Монографія. - Львів: Новий Світ-2000, 2012. - 176 с. 4. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання. - Львів: НАН України. - ІРД НАН України. - 1999. - 78 с. 5. Любіцьева О. О. Геопросторові структури світового туристичного ринку // Географія і сучасність. 36. наук. праць Національного пед. ун-ту ім. М. П. Драгоманова. - К.: Вид-во ун-ту, 2001. - Вип. 6. - С. 212-218. 6. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика: навч. посібник / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. - К.: Центр учебової літератури, 2012. - 241 с.



УДК 379.85:528.9(7)

I.M. Бялик, к.т.н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ВИКОРИСТАННЯ АНАЛІТИЧНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ГІС ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ РІВНЕНЩИНИ

В роботі проведено аналіз можливостей ГІС і їх використання в туристичній галузі; проведено оцінку стану туристичної галузі в Рівненській області та запропоновано напрямки її розвитку; обґрунтовано необхідність створення та вимоги до геоінформаційної системи туристичної галузі Рівненщини.

Ключові слова: ГІС, аналітика, інвестиції, туристична галузь.

The thesis report analyzes the possibilities of GIS and their use in the tourism sector; an assessment of the tourism industry in the Rivne region was conducted, and directions for its development were proposed; the necessity to create the geographic information system of the tourist industry of Rivne region is substantiated and put forward the requirements for it.

Key words: GIS, analysts, investments, tourism industry.

Туристична галузь – це в першу чергу подорожі. Інколи на інший край планети, а інколи і в сусіднє місто. Незмінним атрибутом будь-якої подорожі є карта. Довгий час вони були паперові, але з появою великої кількості гаджетів – перемістилися в цифрову форму. Наступним етапом стала міграція цифрових карт в геоінформаційні системи. Таким чином на даний момент розвитку галузі використання ГІС в туризмі має масовий характер, як працівниками галузі, так і туристами. Проте використання ГІС часто обмежується традиційними можливостями паперових карт, а також деяких додаткових функцій. Використання ГІС в туристичній галузі є недостатнім саме через масовість, оскільки ці функції масовому користувачу просто невідомі.

Розглянемо основні функції ГІС та їх використання в туристичній галузі в даний час [1]:

1. Інформаційно-довідкова функція. Дано функція в туристичній галузі використовується в повній мірі. Інформативність ГІС в порівнянні з паперовими носіями зросла в десятки разів. Також використовуються майже всі доступні засоби візуалізації сучасних ГІС. Дану функцію широко використовують як самі туристи так і працівники галузі.



2. Функція автоматизованого картографування. Туристична галузь динамічно розвивається. Проте, як це не дивно звучить, вона не потребує високоточного та максимально нового картографічного матеріалу. При виборі картографічного матеріалу для туристичних ГІС користуються трьома критеріями: достатня точність і актуальність, формат представлення, ціна. Саме оптимізація цих критеріїв призводить до того, що галузь користується вже готовим картографічним матеріалом. Тому функція автоматизованого картографування використовується опосередковано.

Натомість зовсім інша ситуація з атрибутивною інформацією. Якісне та оперативне оновлення (часто в автоматичному режимі) атрибутивної інформації про стан туристичних об'єктів, їх режим роботи, вартість і ціни, умови перебування тощо є нагальною потребою галузі.

3. Функція просторового аналізу і моделювання використовується лише частково. З однієї сторони туристи та працівники галузі широко користуються такими функціями аналізу як визначення відстані, прокладення маршруту, різного роду вибірки та іншими інструментами просторового аналізу. З іншої сторони більш складні засоби просторового аналізу не мають масового застосування. Це обумовлено відсутністю такої потреби в основної маси користувачів. Такі функції використовуються для коротко- та довгострокового планування розвитку галузі та для аналізу стану її розвитку в даний момент і динаміки розвитку в розрізі певного періоду часу. В першу чергу такий аналіз необхідний для державних органів влади, органів місцевого самоврядування та для потужних туристичних компаній як основа для забезпечення функції прийняття рішень.

4. Функція моделювання процесів в туристичній галузі теж не носить масового характеру. Як і попередня, вона необхідна для середньо- та довгострокового планування галузі і в першу чергу потрібна для підтримки прийняття рішень. Основна мета моделювання отримати відповідь на запитання: «Що буде, якщо...?» в автоматизованому режимі.

5. Функція підтримки прийняття рішень у плануванні, проектуванні та управлінні в туристичній галузі використовує як основу застосування всіх попередніх функцій. Вірні рішення можуть бути прийняті лише на основі повної, актуальної інформації, з використанням якісного аналізу та вірних і апробованих моделей. Крім того засоби ГІС можуть надати візуальний супровід, що лише поглибить аналіз і моделювання, дозволить не тільки підтвердити



очевидність прийнятих рішень, але й презентувати їх всім зацікавленим підприємствам, організаціям, особам.

Таким чином на основі короткого аналізу функцій та можливостей ГІС і їх використання в туристичній галузі можна зробити наступні висновки: 1. ГІС широко використовуються в туристичній галузі. 2. Використання ГІС в туризмі має два рівні – масовий та вузький (використання відповідними підрозділами державної влади, органами місцевого самоврядування та середніми і великими туристичними компаніями).

Потенціал туристичної галузі на Рівненщині є без сумніву потужний. Варто пригадати, що кількість населених пунктів, що відсвяткували 900 років, наближається до десятка. По всій області трапляються знахідки доісторичних поселень. В одному тільки селі Зозів, поряд з м. Рівне знайдено 3 знахідки городоцько-здовбицької культури (сама назва говорить за себе), а в с. Городок - 10 [2]. А древні монастирі, замки, інші об'єкти – все і не перелічити [3]. Не менший потенціал містять і природні пам'ятки нашого регіону, озера, річки, природні ландшафти, ліси. Для прикладу варто назвати Соколині Гори, Базальтові Стовпи, Біле озеро – і це лише найбільш відомі.

Така кількість природних, історичних та архітектурних пам'яток може стати за певних умов базовою основою туристичної галузі регіону. Саме створення таких умов і є завданням органів місцевого самоврядування за підтримки держави. Тому виділимо основні з них.

Потужна рекламна кампанія інформативного характеру на наш погляд є першою умовою. При цьому реклама не обов'язково має бути дорогою і може бути забезпечена в першу чергу інформуванням населення регіону про туристичні пам'ятки, лише в другу – зовнішнє населення та інвесторів. Висока інформативність місцевого населення дасть великий ефект: збільшення внутрішнього туризму, як мало бюджетного, короткотривалого та дуже цікавого (що може бути цікавіше як знання про рідну землю); внутрішнє населення може виступати в ролі «гіда» для своїх гостей; місцеве населення може стати мотивованим інвестором в розширення туристичної інфраструктури; при подорожах за межі регіону, а населення регіону є дуже мобільним, люди із задоволенням розказують про рідні місця і таким чином рекламиують їх.

Другою умовою є розроблення стратегії розвитку туристичної галузі регіону та створення туристичних маршрутів та центрів для забезпечення усесторонніх потреб туристів в отриманні максимального задоволення інтересу туриста (знання про історію регіону, природні дива, шопінг, розваги тощо) та забезпечення



комфорту (транспорт, готелі, ресторани, зв'язок, магазини, аптеки і ін.).

Третєю умовою є рекламиування та залучення туристів з інших регіонів та країн.

Підсумовуючи вищесказане ми можемо виділити декілька основних тез: 1. Рівненщина має потужний, але сильно недооцінений туристичний потенціал; 2. Інформування про такий потенціал жителів регіону, гостей та потенційних інвесторів є на низькому рівні; 3. регіон має слабо розвинуту інфраструктуру.

Проте така ситуація має і позитивний момент. При розробці стратегії розвитку галузі на основі якісного аналізу та моделювання без сумніву виникне потреба у великій кількості об'єктів інфраструктури та туристичних об'єктів, що пов'язані з розвагами. Наявність стратегії розвитку, відсутність конкуренції та високий туристичний потенціал стануть вагомими аргументами для інвесторів. Адже на наш погляд саме широке залучення інвесторів стане імпульсом швидкого розвитку туризму на Рівненщині.

Все вищеписане може бути реалізоване в одному програмному продукті – ГІС проекті. Геоінформаційні системи мають можливість адміністрування – тобто надання вибіркового доступу до інформації. Таким чином для масового користувача вона буде мати інформаційну функцію, а для органів місцевого самоврядування додатково доступ до результатів аналізу та функцією моделювання. Геоінформаційні системи мають високі візуалізаційні властивості – вони дають яскраву та інформативну картинку, дозволяють просто пояснити складні процеси. Крім того мають можливість публікації відкритої інформації в Інтернеті. Водночас ГІС мають повний інструментарій для проведення всебічного аналізу та моделювання різних процесів при заданих умовах. Про такі можливості геоінформаційних систем відомо інвесторам і результати викликають довіру.

Таким чином ГІС туристичної галузі Рівненщини не тільки має право на існування. Їх розробка та використання мають стати поштовхом для подальшого розвитку галузі.

Список використаних джерел: 1. Світличний О.О. Основи геоінформатики. Навчальний посібник / Світличний О.О., Плотницький С.В.. — Суми, ВТД «Університетська книга», 2006. — 295 с. 2. Бурмака О. Городоцько-здовбицька культура на Волині. Науково-дослідницька робота. / О. Бурмака С. Коханевич - Рокитне, 2012. - 36 с. 3. <http://www.rv.gov.ua> – офіційний сайт Рівненської обласної державної адміністрації



УДК 911.9:477.82:004.91(075.8)

Льїна О. В., к.геогр.н., доцент

Бояр Л. П., магістр

Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м.Луцьк

ОБГРУНТУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКА «LUTSK CITY GUIDE» У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуто значення інформаційних технологій у туристичній діяльності. Визначено сутність та перспективи використання мобільних додатків у туризмі. Проаналізовано досвід впровадження програм для мобільних пристрій, зокрема аудіогідів, провідними туристичними центрами України та оцінено перспективи реалізації даної технології на прикладі міста Луцька. Розглянуто теоретичні та практичні рекомендації щодо розробки авторського мобільного додатку і його значення для підвищення туристичної привабливості території.

Ключові слова: інформаційні технології, мобільний додаток, аудіогід, туризм, Луцьк.

The importance of information technologies in the tourist sector has been considered. The essence and the prospects of using mobile applications in tourism have been determined. The experience of the mobile applications implementation, in particular audio guides by the leading tourist centers of Ukraine, has been analyzed and the implementation prospects of this technology based on the example of the city Lutsk have been estimated. The theoretical and practical recommendations for the development of the author's mobile application and its importance for increasing the tourist attractiveness of the territory have been described.

Key words: information technology, mobile application, audio guide, tourism, Lutsk.

У сучасних умовах спостерігається тенденція до збільшення кількості користувачів мобільними пристроями (телефонами, планшетами та смартфонами), що суттєво розширює можливості роботи з інформацією. Актуальним є опанування інноваційними інформаційними технологіями з метою залучення нових користувачів та розширення спектру туристичних послуг.

Особливості використання інноваційних маркетингових інструментів розглядалися О. Грищук та А. Тищенко [1]. Питання мобільного телефону як сучасного інструменту комунікації з'ясовані у праці О. Лобовікової [3]. Забезпечення інформаційної діяльності міста Луцька присвячена праця [2]. Інформаційні продукти є новим засобом організації туристичного



обслуговування і потребують узагальнень та розробки практичних рекомендацій на національному та регіональному рівнях.

Сьогодні вітчизняна туристична галузь потребує застосування сучасних методів управління, які уможливлюють виживання у конкурентній боротьбі на світовому туристичному ринку. Один із шляхів подолання проблеми – використання сучасних інформаційних технологій, які надають широкий спектр можливостей – від інтернет-бронювання готелів та авіаквитків до створення туристичних порталів та мобільних додатків. Вже сьогодні 48 % населення Землі має доступ до Інтернету. В Україні цей показник складає 56 %. Число наших співвітчизників, які користуються Інтернетом щодня збільшується. Пристрої, через які люди заходять в Інтернет змінюються. Якщо раніше це були переважно комп’ютери, то сьогодні стрімко зростає часка мобільних приладів.

Впровадження інноваційних інформаційних технологій є актуальним і для Луцька. Місто є важливим туристичним центром не лише історичної Волині, але й України. У його межах знаходиться Державний історико-культурний заповідник, який включає 129 пам’яток архітектури місцевого та національного значення. З огляду на великий туристичний потенціал міста, нами розроблений мобільний додаток «Lutsk City Guide».

«Lutsk City Guide» – це туристичний путівник міста Луцька, який дозволяє проводити екскурсії без допомоги екскурсовода та надає інформацію про головні історико-культурні пам’ятки обласного центру, об’єднані в цілісний маршрут під назвою «Луцьк на відстані дотику». Планується, що в майбутньому мобільний путівник поповнюватиметься новими тематичними екскурсіями.

Мобільний додаток є аудіогідом, оскільки текстову характеристику основних туристичних локацій доповнено аудіосупроводом. Інформація та аудіосупровід за маршрутом доступні двома мовами – українською та англійською, що створює передумови для розширення цільової аудиторії потенційних споживачів продукту. На сьогодні туристичний маршрут «Луцьк на відстані дотику» передбачає відвідування 15 історико-культурних об’єктів.

Туристичний путівник має вбудовану функцію геолокації, що дозволяє реагувати на рух користувача. Це означає, що при переході від одного об’єкта до іншого відбувається автоматична зміна інформації. Крім того, додаток дозволяє прокласти шлях від місця знаходження особи до обраної туристичної точки.

З метою візуального представлення маршруту «Луцьк на відстані дотику», було розроблено інтерактивну карту. Вона дозволяє користувачеві ідентифікувати власне місце знаходження, ознайомитись



із розташуванням туристичних об'єктів, а також демонструє найбільш зручний шлях проходження маршруту (рис. 1).

Індустрія туризму потребує впровадження сучасних інформаційних технологій, тому за останні десятиліття зазнала значного впливу науково-технічного прогресу. Мобільний телефон та мережа Інтернет дали змогу створювати загальнодоступну, надзвичайно інформаційно змістовну, та, порівняно з іншими інформаційно-технологічними системами, дешеву й швидку інформаційну інфраструктуру.

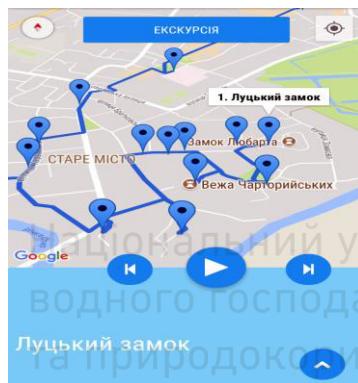


Рис. 1. Туристичний маршрут «Луцьк на відстані дотику»

Використання сучасних інформаційних технологій є невід'ємною частиною розвитку туристичної сфери міста Луцька. Розроблений мобільний додаток «Lutsk City Guide» дозволить користувачам переглядати цікаві туристичні локації, читати короткий опис про них, слухати аудіо та відслідковувати своє місце знаходження на карті.

Список використаних джерел: 1. Грищук О. К. Обґрунтування використання інноваційних маркетингових інструментів у сфері автомобільного туризму / О. К. Грищук, А. М. Тищенко // Економіка та управління на транспорті. – 2015. – Вип. 1. – С. 45–57. 2. Ільїна О.В. Удосконалення системи інформаційного забезпечення туристів за допомогою сучасних технологій (на прикладі міста Луцька) / О. В. Ільїна, Л. П. Луговська // Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання третє. – Луцьк: IVB Луцького НТУ, 2017. – С. 58–72. 3. Лобовікова О. О. Мобільний телефон як інструмент комунікацій у сучасному українському суспільстві / О. О. Лобовікова // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. – 2013. – Вип. 57. – С. 102–108.



O.П. Коротун, ст.викладач
K.P. Стрельчук, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ПРОСУВАННІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

У статті розглянуто напрями просування туристичного продукту, визначено можливості застосування сучасних інформаційних технологій для розвитку підприємств туристичного бізнесу.

Ключові слова: інтернет-сайт, маркетинг в туризмі, туристичний продукт.

The article deals with the directions of promotion of the tourism product, the possibilities of applying modern information technologies for the development of enterprises of tourism business.

Keywords: internet site, marketing in tourism, tourist product. Summary in English

Сучасні тенденції розвитку підприємницької сфери вимагають застосування агресивних методів ведення бізнесу, пошуку нових ефективних шляхів виживання на ринку. Забезпечення конкурентоспроможності бізнесу можливе за допомогою застосування сучасних інформаційних технологій, що сприяють осучасненню ведення ділової активності. Одним із видів інформаційних технологій, що безпосередньо є ефективним важелем у діяльності туристичного підприємства є інтернет-технології.

Регіональні аспекти туризму розглядалися в працях О.П. Коротун, В.Г. Богданової, Б.М. Біржакова, С.М. Волкова [1] та інших.

Туристичний ринок є одним із найбільш динамічних та, на відміну від інших ринків, характеризується великою кількістю учасників, значною їх географічною роз'єднаністю, швидким оновленням інформації. За три останні роки темпи розвитку світового туризму зросли на 20%. Особливо значним є зростання туристських прибуттів в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (на 29%) та на Близькому Сході (на 23%) (рис. 1). На цьому фоні вітчизняний туризм характеризується зменшенням темпів зростання на 3,4 % [2]. Однією з причин є недостатність інформації та реклами вітчизняного туристичного продукту на національному та міжнародному ринках, недосконалість механізму інформаційного обміну між суб'єктами туристичної діяльності.



Використання сучасних інформаційних технологій для розвитку туристичної галузі є запорукою виживання в жорсткій конкурентній боротьбі і одночасно конкурентною превагою як окремого підприємства, так і туристично-рекреаційного комплексу області в цілому. Сучасні інформаційні технології в туристичному бізнесі можуть використовуватися в таких сферах: комунікації, реклама, автоматизація управління, автоматизація обліку, міжнародні системи бронювання місць [1, с.24].

Для просування туристичного продукту області найбільш доцільним є використання сучасних інформаційних технологій для реклами (через Інтернет, веб-сайти, портали); комунікацій (електронна пошта, Інтернет-телефонія, Інтернет-пейджинг) і частково через систему бронювання місць.



Рис. 1. Тенденції розвитку світового туризму

Застосування сучасних інформаційних технологій підвищує безпеку та якість туристичних послуг. Нині в туризмі використовують глобальні розподільчі системи (Global Distribution System), які забезпечують швидке і зручне бронювання квитків на транспорт, резервування місць у готелі, прокат автомобілів, обмін валют, замовлення квитків на спортивні та культурні заходи і т.д. Найбільшими глобальними розподільчими системами на міжнародному ринку туристичних послуг є AMADEUS, Worldspan, Galileo, Sabre.

На сьогодні близько 36 % європейських туроператорів та 40 % туристичних агентств пропонують он-лайн-бронювання турів. В Європі спостерігається тенденція бронювання місць у готелях туристами без участі посередників, що дає можливість зекономити до



40 % вартості проживання. За даними Єврокомісії, 62 % європейських готелів бронюють номери на замовлення не туроператорів, а клієнтів через Інтернет.

У туристичному бізнесі до послуг Інтернет звертаються споживачі (туристи), турагентства, туроператори та постачальники послуг. Споживач здійснює в мережі пошук інформації про туристичні фірми, країни, окремі послуги. Для отримання необхідної інформації, він повинен володіти знаннями щодо способів пошуку та пошукових систем, знати адреси туристичних сайтів, вміти користуватись системами бронювання.

Основними перевагами застосування інтернет-технологій в діяльності сучасних підприємств є: постійний та оперативний доступ до необхідної інформації; одночасна доставка інформації у різні місця; можливість одночасної централізації та децентралізації; інтерактивний контакт з потенційними партнерами та споживачами; оперативне підтримання ділового зв'язку. Фундаментальним підґрунтям для реалізації програм і локальних цілей підприємницької діяльності в мережі Інтернет є представництво підприємства в даній мережі (електронний ресурс, веб-ресурс, веб-сайт) [2], що дозволяє підтримувати комунікаційні зв'язки із споживачами та партнерами прискорюючи процеси обміну інформацією з метою підвищення оперативності діяльності. Отже, основними напрямами застосування IT у діяльності туристичних підприємств представлено у табл. 1.

Наявність у туристичного підприємства власного веб-сайту важко переоцінити, адже за допомогою даного інструменту інтернет-технологій туристичне підприємство може значно розширити напрямки своєї діяльності і відповідно оптимізувати внутрішні бізнес-процеси.



Таблиця 1

**Напрями використання можливостей мережі Інтернет в
діяльності туристичних підприємств**

Напрямки	Засоби Інтернет	Цільові групи
Моніторинг ринку туристичних послуг (дослідження потреб споживачів, аналіз діяльності конкурентів)	- Пошукові системи; - Форуми; чати; - Тематичні та сайти і портali: - Каталоги; - Власний веб-сайт; - E-mail.	Потенційні споживачі, партнери, конкуренти.
Маркетингова діяльність: реклама, PR, стимулювання збуту, директ-маркетинг	- Власний веб-сайт; - Банерна реклама; - Перехресні посилання; - E-mail (пряме розсилання); - Контекстна реклама.	Потенційні споживачі, партнери.
Бронювання, продаж туристичних послуг у режимі реального часу	- Власний веб-сайт; - Веб-сайти посередники; - E-mail.	Потенційні споживачі, реальні покупці, партнери.
Отримання професійної та ділової інформації	- Пошукові системи; - Форуми, чати; - Тематичні сайти і портali; - Каталоги; - Конференції; - Розсилки.	Персонал туристичного підприємства
Підтримання ділового зв'язку	- Власний веб-сайт; - E-mail; - Спеціальні програми обміну.	Партнери, потенційні споживачі, реальні покупці

Список використаних джерел: 1. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2008. – 343 с. 2. Інтернет-технології в туризмі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/Internet.htm 3. 3. Тенденции мирового туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://top.tourua.com/2007/14/03>.



I.B. Крупіца, к.е.н., доцент
Я.О. Москаленко, студент

Одеська національна академія харчових технологій, м. Одеса

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Було досліджено напрямки покращення екологізації підприємств готельної індустрії у світі та Україні. Визначено основні способи екологізації в готельному підприємстві та показники, які використовуються при характеристиці еко-підготовленості готельного підприємства.

Ключові слова: туризм, екологізація, готельна індустрія, критерії оцінювання готельного підприємства, захист природного середовища.

The directions of improvement of ecologization in the hotel industry in the world and Ukraine were investigated. The basic ways of ecologization in a hotel enterprise and indicators used for characterization of eco-preparedness of the hotel enterprise are determined.

Keywords: tourism, ecologization, hotel industry, criteria of hotel enterprise assessment, protection of the natural environment.

Кожна країна має власні стандарти якості послуг у готельній індустрії (наприклад, ДСТУ (Україна), SSH (Швейцарія), Hotelstars Union, HOTREC, EuHS (більшість країн Європи) та класифікує готельні підприємства по різному. При проведенні перевірки та вручення «зірок/корон і т.п.» готелям, враховуються такі моменти, як матеріально-технічна база, обслуговування, наявність певних послуг та ін. Але, на даний момент, важливо звернути увагу на забруднення навколошнього середовища, яке завдають підприємства готельного бізнесу.

Значний внесок у дослідження та вивчення функціонування і перспектив розвитку підприємств готельного господарства зробили такі науковці: С.Байлик, Стефан Хіллер, А.Іванов, Г.Мунін, М.Мальська. Проте недостатньо уваги приділено виявленню екологізації та забезпеченням безпеки у готелях та інших засобах розміщення.

Метою роботи є дослідження сучасного стану та обладнання для охорони та безпеки довкілля, а також застосування новітніх способів екологізації готельного підприємства.



Для будь-якого готельного комплексу характерними є такі групи загроз, як природні, техногенні, екологічні, терористичні та інші [3, с.11-12].

Рівні небезпеки загроз різного виду залежать від політичної обстановки в країні і світі, стабільності соціально-економічного розвитку як держави, так і регіону.

Комплексний підхід до класифікації готелів передбачає оптимальне поєднання організаційних, технічних і фізичних заходів попередження і своєчасного реагування на будь-яку небезпечну ситуацію. Ключового значення набуває правильний вибір технічних засобів і систем безпеки, їх правильне проектування, монтаж і обслуговування [4].

Як відомо, в Україні кожне підприємство готельної індустрії отримує екологічний паспорт. Проте кожне підприємство використовує значні об'єми водних та енергетичних ресурсів.

Застосування еко-програми, в основному, не потребує великомасштабних змін. Наприклад, у більшості готелів як України, так і Європи, організоване письмове прохання до гостей із закликами про збереження води, електроенергії, не кидати на підлогу рушник, якщо він ще буде використовуватись (економія електроенергії, води, а також і збереження майна на довший період). Тому, екологічне виховання – це основа збереження навколишнього середовища [2, с.49-60].

Завдяки тому, що усвідомлення екологічної проблематики з кожним роком зростає, близько 4,5 тис. готелів у світі намагаються знизити рівень шкоди середовищу [1, 212-213]. На цій хвилі стурбованості про середовище багато компаній випускають допоміжні засоби екологізації та економії природних ресурсів. Наприклад, було розроблено «економічний душ». Суть полягає в тому, що йде розпилення води у лійці, що допомагає скоротити споживання води на 70-75% [4]. Прикладом можуть бути такі продукти як Cirrus shower, Nebia, Ousirro та ін. Скорочення витрат води означає також і економію енергії, споживаної під час нагрівання гарячої води.

Одними із найпопулярніших методів економії природних ресурсів є системи на фотоелементах для подачі води та освітлення (переважно, такий спосіб освітлення застосовується в коридорах готелю та ін.), світлодіодні системи, система автоматичного виключення світла (світло вимикається протягом одної хвилини після того, як постоялець вийшов з номеру). На даний час вже є професійні пропозиції для готелів: енергозберігаючі лампи стандарту G-24, в яких електронний блок вбудовується в патрон світильника, що помітно знижує витрати на зміну самої лампи. Крім того, серед експертів поширені думка, що з



появою світлодіодних систем, освітлення енергозберігаючими лампами – вже вчорашній день. За даними перевірок, в середньому, на освітлення витрачається близько 16-20% електроенергії (хоча, даний показник може змінюватись у кожного окремого підприємства) [3, с. 11-12].

Також важливим пунктом мають стати фільтри для кранів та душів, адже при використанні фільтрованої води ризик корозії та ржавиння знижується, а, отже, і техніка прослужить довше. Необхідно мати на увазі, що навіть незначні пошкодження в матеріально-технічному обладнанні (щілини в вікнах, несправні вхідні двері, зношена покладка в унітазі) можуть привести до більших втрат енергії.

Окрім того, ефективно впроваджуються в готелях інженерні системи управління будівлею. Важливо, щоб дана система вміло та відносно недорого локально управляла температурою в приміщеннях. Наприклад, якщо номер порожній, то температура в режимі очікування підтримується 10°C , відключається енергопостачання, а як тільки в номер зайжджають гости (при реєстрації в готель) – автоматично температура переходить в робочий режим [1, с.212-213]. На сьогодні програмне забезпечення та системи управління в готелях є важливим пунктом не тільки екологізації, але також і забезпечення безпеки постояльців. Прикладом таких систем можуть бути: Gaudi BLE, Gesthotel (управління всіма процесами в готелі (поселення, бронювання, пересування гостей і співробітників готелю, контроль над фінансовими потоками; працює на різних платформах ПК,iOS та ін.), система управління Smartpass, Activa; системи енергозбереження Smart, Mifare, Proximity, Simplex [6].

Не варто забувати про альтернативні види електроенергії, адже вітер – найдешевше джерело електроенергії. Звичайно, що до того, як впроваджувати подібні системи, необхідно прорахувати затрати, які може понести готель, а також і ті плюси, які можуть бути придбані в перспективі. Майже у всіх випадках використання передових ресурсозберігаючих технологій окупиться, тобто досягається максимальна економія ресурсів, яка покриває витрати [4].

Окрім цього, багато готелів пропонують безкоштовні газети в кожен номер. Якщо відмовитись від даної послуги, можна помітно скоротити витрати, а разом із цим і зберегти навколошнє середовище. Звичайно, що деякі бізнес-готелі негативно відреагували на даний заклик, адже ця послуга є важливою для брендових готелів [2, с.49-60].

Необхідно також згадати переробку сміття та його вторинне використання. На даний момент в Одесі організовано декілька приватних підприємств, які мають на меті переробку сміття та



поширення культури сортування відходів. Цим питанням займаються волонтери та заохочують до цього руху і приватних підприємців.

Пропонуються наступні заходи, актуальні для зниження енергоспоживання в готельному підприємстві:

- 1) Контроль якості проектування будівлі з позиції теплозахисту й енергозберігання;
- 2) Автоматизація та диспетчеризація інженерних систем та програмних забезпечень;
- 3) Моніторинг обліку витрат, оптимізація виплат за комунальні послуги та енергоресурси [1, с.212-213].

Варто також вказати, що 15 березня 2011 р. відбулася презентація міжнародної програми екологічної сертифікації готелів і курортів Green Key («Зелений Ключ»), під час якої нагородили перший в Україні еко-сертифікований готель – Radisson Blu у Києві. Програма Green Key є одним із п'яти проектів міжнародної недержавної, незалежної організації Foundation for Environmental Education, яка розміщена в Данії. Сьогодні саме Green Key займається найактивніше екологічною сертифікацією підприємств готельного господарства в Україні. Для отримання «Зеленого Ключа» готель повинен дотримуватися низки вимог щодо питань екологічного менеджменту, моніторингу та зменшення використання електроенергії, економного споживання водних ресурсів, сортування, перероблення та утилізації відходів, участь у соціальному житті міста. Значною перевагою саме еко-сертифікації Green Key є наявність критеріїв, спрямованих на екологічне навчання, формування дружньої до довкілля свідомості гостей, працівників і постачальників готелю. Станом на початок 2014 рік було нагороджено 15 готелів в Україні, проте на 2018 рік – всього 9 українських готелів (8 готелів у Києві та області, 1 – в Одесі) мають дану відзнаку. На сьогодні, ми на 20 місці із 52 країн [5].

Отже, результати проведеного аналізу дають змогу зробити висновок, що на сьогодні екологізація готельної індустрії стрімко розвивається. Підприємці спостерігають зростання запитів на «еко-готелі», тому попит породжує пропозицію. А це означає, що компанії, які займаються розвитком систем енергозберігання, забезпечення захисту перебування у готельних підприємствах модернізують програми, які відповідають запитам сьогодення. Йде ріст усвідомлення, збереження довкілля та екологічного виховання людей. Дедалі більше підприємців у готельному бізнесі використовують екологічно безпечні матеріали в обладнанні, застосовують «безвідходні» технології. «Екологічна» концепція має позитивні наслідки, такі як скорочення собівартості готельних послуг,



підвищення туристичної привабливості готелю, надає конкурентні переваги на туристичному ринку, підприємства готельного господарства України наближаються до європейського рівня.

Список використаних джерел: 1. Кравченко А.І. Особливості організації обслуговування в еко-готелях / А.І. Кравченко, Д.І. Басюк. – Київ : Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку : матер. Міжнар. наук.- практ. конф., 25-27 березня 2015 р. – К. : Вид-во НУХТ, 2015. – С. 212-213. 2. Печерица Е.В. Зарубежный опыт применения экологических инноваций в средствах размещения. Национальные интересы: приоритеты и безопасность / Е.В. Печерица // Про-хотельєр. – 2017. – №34. – С. 49-60. 3. Полчанінова І.Л. Міжнародні стандарти обслуговування в засобах розміщення/ І.Л. Полчанінова // Менеджмент. – 2017. – №16. – с.11-12. 4. The Case for Responsible Travel: Trends and Statistics [Електронний ресурс] : [Веб-сайт: <http://www.responsibletravel.org>]. – Електронні дані. – Вашингтон : Center for Responsible Travel, 2017. – Режим доступу: [http://www.responsibletravel.org/news/Factsheets/CrestRTITrendStatsprint14%20\(3\).pdf](http://www.responsibletravel.org/news/Factsheets/CrestRTITrendStatsprint14%20(3).pdf) (дата звернення 07.02.2018) – CREST. 5.Green Key [Електронний ресурс] : [Веб-сайт: www.greenkey.global]. – Електронні дані. – Копенгаген : Green Key, 2017. Режим доступу: <http://www.greenkey.global/green-key-sites/> (дата звернення 07.02.2018) –Green Key in the World/ 6. Omnitec: adapting to hotels [Електронний ресурс] : [Веб-сайт: <https://omnitec-systems.com.ua/>]. – Електронні дані. – Київ : Activa, Gesthotel. – Режим доступу: <https://omnitec-systems.com.ua/produkciya/sistema-upravleniya-i-nergosberejeniya/>, <https://www.facebook.com/omnitecukraine> (дата звернення 08.02.2018) – Omnitec



Д.Г. Новичук, В.Н. Зуев
Барановичский государственный университет

ВОЗМОЖНОСТИ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОБЪЕКТА ЧЕРЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ГЕОТЕГИНГА

В статье рассматриваются возможности применения метода геотегирования в туризме, в частности, для оценки туристской привлекательности объектов. Авторами проведена оценка привлекательности двух туристских объектов на основании анализа тэгов фотографий в Инстаграме.

Ключевые слова: геотегинг, туризм, оценка туристской привлекательности, Инстаграм

In article the possibilities of application of a method of geotagging in tourism, in particular, for assessment of tourist attractiveness of objects are considered. Authors have carried out assessment of attractiveness of two tourist objects on the basis of the analysis of tags of photos in Instagram.

Keywords: geotagging, tourism, assessment of tourist attractiveness, Instagram

Для оценки туристской привлекательности объектов и поселений существуют разнообразные методы, одним из них является метод геотегирования. Геотегинг — это процесс присоединения географических данных к различным информационным объектам. В интернете геотегинг уже давно стал одним из популярных сервисов. Он помогает в поисках привязанной к определенной местности информации, расширяет узнаваемость, повышает привлекательность объекта, увеличивает количество туристов и помогает узнать о местонахождении других туристов. Сегодня о функции добавления геолокации знают большинство пользователей популярных социальных сетей. Кто-то никогда не использует возможность отметить себя в интересном месте, заведении, городе или стране, а кто-то не упускает возможность продемонстрировать онлайн буквально каждое свое передвижение.

Геотегинг является одной из новейших технологий в области интеллектуального туризма, считается очень полезной для путешественников в улучшении опыта посещения. Геотегирование позволяет упростить процедуру сортировки сделанных Вами фотографий, так как при использовании соответствующего



программного обеспечения позволяет расположить снимки по местам их происхождения, а также просмотреть интересующие фото с определенных стран, городов, улиц и достопримечательностей. Особенно геотегирование фотографий будет полезно во время путешествия, когда за день Вы побываете во многих интересных местах и затем получите возможность оценить Ваше путешествие как по карте, так и по соответствующим местности фотографиям.

Все больше и больше сайтов для обмена фотографиями позволяют своим пользователям дополнять свои снимки геотегами, т. е. тегами с географической значимостью. Эти геотеги обычно являются географическими координатами. Геотегинг стал популярной функцией на платформах социальной сети, такой как Instagram.

Instagram — бесплатное приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей [1]. Одно из преимуществ Instagram — это огромный охват аудитории по всему миру. Когда Вы размещаете на аккаунте бренда видео или фотографию, их потенциально могут видеть люди из различных городов мира. Но эффективными будут только те показы, которые территориально соответствуют вашему бренду, вот тогда Instagram геотег вступают в игру. Instagram позволяет отслеживать конкретное местоположение, вплоть до широты и долготы. Геолокация собираются из физического местоположения вашего мобильного устройства, что позволяет пользователям отмечать публикации в этих координатах.

Пользователи могут вручную добавлять геотеги к изображениям при загрузке их на сайты обмена фотографиями. Обычно с этим процессом помогает интерактивная карта: нужно просто указать место на карте. В качестве альтернативы можно ввести адрес, который может быть геокодирован. Извлечение статистических данных из геотегированных фотографий, загруженных на различные социальные сети обмена изображениями, имеет свои пределы. Ясно, что не каждый пользователь может отображаться таким образом, и еще более сложно делать выводы любого рода, связанные с местными жителями, которые загружают фотографии своего родного города. Первая задача состоит в том, чтобы отделить фотографии туристов от фотографий местных жителей, а вторая задача — найти вопросы, на которых статистические данные, полученные на туристических фотографиях, могут дать ответные ответы.



Важно знать, могут ли цифры и распределение различных социальных групп туристов, загружающих геотегированные изображения, считаться статистически релевантными. Как обсуждалось ранее, фотографирование сильно связано с туристическим опытом. Исследования по теме показывают, что большинство туристов фотографируются во время своих поездок. Исследование показало, что 89% путешественников фотографируются во время поездки. Из этой группы 41,4% публикуют эти фотографии в Интернете. Только некоторые геотегированные изображения имеют автоматические данные позиционирования, многие из них размещены вручную [2].

Мы апробировали данную технологию в приложении для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети «Instagram», в котором функция геотегирования, в сравнении с подобными приложениями, используется наиболее часто.

Первым туристическим объектом для оценки привлекательности с помощью технологии геотегирования было выбрано Государственное учреждение «Мемориальный комплекс «Брестская крепость — герой» в г. Бресте Республики Беларусь. В едином архитектурно-художественном ансамбле мемориала, увековечившем «легендарную была о героях Брестской крепости», представлены руины старой крепости, места боёв, монументальные скульптурные композиции. Сегодня «Брестская крепость-герой» — крупнейший на постсоветском пространстве памятник мужеству советского народа в годы Великой Отечественной войны. По данным учреждения, в 2017 году «Брестскую крепость-герой» посетило 416 тыс. туристов.

Вторым объектом исследования стало Государственное природоохранное учреждение «Национальный парк «Беловежская пуща» в Каменецком районе Брестской области Республики Беларусь. Беловежская пуща представляет собой один из крупнейших лесных массивов равнины Европы, сохранившийся до наших дней в относительно ненарушенном состоянии. В 2017 году Беловежскую пущу посетило 430 тыс. туристов.

В приложении «Instagram» в течении 2017 года было опубликовано 16 056 фотографий с геотегом «Мемориальный комплекс «Брестская крепость — герой». Зная количество туристов, посетивших мемориал в 2017 году, а их — 416 тысяч, определим долю пользователей приложения, использующих геотеги на территории исследуемого объекта. Таким образом, в 2017 году 3,8% публикаций имели привязку к географическим координатам посредством технологии геотегирования.



В течении 2017 года пользователи приложения «Instagram» опубликовали 18 612 фотографий, привязанных к территории Государственного природоохранного учреждения «Национальный парк «Беловежская пуща». Сопоставив количество туристов, посетивших объект исследования и число опубликованных фотографий был определен процент туристов, отметивших свое местоположение с помощью технологии геотегирования в «Беловежской пуще», который составил 4,3%.

Таким образом, процент использования технологии геотегирования находится в прямой зависимости от количества посетителей туристического объекта. Следовательно, более широкое распространение исследуемой технологии позволит использовать получаемые данные с целью репрезентативной оценки привлекательности туристических объектов.

Обобщая представленную выше информацию, можно сделать вывод, что технология геотегирования в настоящее время недостаточно распространена, однако за последние несколько лет она стремительно набирает популярность. Отдельно отметим, что целевой аудиторией социальных сетей, и, соответственно, основными пользователями исследуемой функции является городское население в возрасте 15-30 лет. Учитывая высокую мобильность данного сегмента, а также стремление старшего поколения идти в ногу со временем, можно предположить, что технологию геотегирования в ближайшем будущем ждет стремительное развитие.

Список использованных источников: 1. Чернавина, Л.В. Инстаграм как форма автобиографической памяти / Л.В.Чернавина. // Молодежный вестник СПбГИК. — 2016. — №1. — С.10-13. 2. Вицентий, А.В. Адаптивная визуализация геоданных в социальных медиа / А.В.Вицентий. // Науковедение: интернет-журнал. — 2016. — №4. — Т.8. — Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/57TVN416.pdf>



УДК 338.48-44(1-21):004.6

Ю.Й. Тулашвілі, д. пед.н., професор,

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

АНАЛІЗ ВПЛИВУ СУЧASNІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ТА ПОПУЛЯРИЗАЦІЮ МІСЬКОГО ТУРИЗMU

Стаття присвячена аналізу впровадження інформаційних технологій у розвиток туристичного сектору міського туризму. Розглянуто потенціал інформаційних технологій в управлінні та підтримці туристичного продукту, переваги використання інтернет-ресурсів при застосуванні програмних додатків гаджетів мобільних телефонів та планшетів, як для туристичних агентств та їх клієнтів.

Ключові слова: міський туризм, інформаційні технології, мобільні гаджети, інтернет-ресурси

The article aims at the analysis implementation of information technologies in the development of the tourism sector of urban tourism. Considered the potential of information technology in managing and support of a tourist product, the advantages of using Internet resources when used applications in Gadgets Mobiles and Tabletes as for travel agencies and their clients.

Key words: urban tourism, information technologies, Gadgets Mobiles, Internet resources

Характерною рисою сучасної туристичної галузі є високий рівень інформаційного забезпечення. Сьогодні для прийняття рішення щодо туристичної подорожі будь-яка людина може скористатись інформацією, що розміщена про наявний туристичний продукт у засобах масової інформації, в сучасних засобах для просування реклами та підтримки туризму з використанням інформаційних технологій (Інтернет-сайти, портали тощо). Особливо це відчутно для такого напряму туристичної індустрії як культурний туризм, серед якого можна виділити міський.

Культурний туризм - відвідування історичних, культурних або географічних визначних пам'яток, що дає змогу розширити кругозір і поглибити світосприймання особистості [1, с. 94]. Під міським культурним туризмом розуміють відвідування населених пунктів в туристичних цілях, коли особистість спрямовує свою увагу на ознайомлення з місцевою культурною спадщиною. Туристів приваблює велика кількість історичних культурних пам'яток, театрів, концертних залів, творчих подій, а також проведення мистецьких



заходів. Саме, інформаційна привабливість будь-якого регіону сприяє його культурно-національному становленню як осередку спадщини історичних культурних пам'яток, художнього, літературного, театрального та музичного мистецтва.

Використання сучасних інформаційних технологій для розвитку туристичної галузі сприяє її динамічному розвитку та є запорукою популяризації безпосередньо міського туризму. Сучасні інформаційні технології в сфері міського культурного туризму сьогодні широко використовуються для реклами, комунікації, інформаційного супроводу, бронювання готельних місць, автоматизації управління та обліку, розширенню міжнародних зв'язків для просування національного туристичного продукту на світовому ринку.

Інтернет-ресурси сьогодні є найпоширенішими засобами туристичної реклами та менеджменту туристичного бізнесу. Починаючи з Інтернет-сайтів та Електронних візиток туристичних агентств сучасні інформаційні технології сьогодні забезпечують функціонування служб онлайн резервування та придбання готельних місць і проїзних квитків, дозволяють створювати Інформаційні портали на основі Інтернет-сервісів та програмного забезпечення сучасних гаджетів.

Предметом проведеного дослідження є вплив застосування інформаційних систем на розвиток та популяризацію міського туризму. Проблемам розвитку інформаційного середовища в сфері туризму присвячені праці таких науковців: Гуляєв В.Г., Дорогунцова С.І., Мельниченко С. В., Морозов М.А., Плотникова Н.І., Скопень М.М. У дослідженнях Зима О.Г., Лола Ю.Ю., Жила Н.В. увага приділена розгляду процесу формування та інтеграції ієрархічних рівнів інформаційного туристичного середовища. Зокрема визначено, що для просування туристичного продукту на ринку як національному, так й на міжнародному, є перспективним на основі сучасних інформаційних технологій створити єдиний туристичний портал, що поєднує всі дані про регіональний туризм, а також надає зв'язок з інформаційними ресурсами регіональних туристичних підприємств та організацій [2]. Це сприятиме соціально-економічному розвитку регіонів на основі підвищення інтенсивності туристичних потоків міського культурного туризму.

Отримати необхідну інформацію щодо новин туризму, особливостей подорожі, послуг туристичних підприємств можна за допомогою туристичних сайтів, контекстної реклами, інформаційних порталів, що надають широкий спектр можливостей з вибору та замовлення турів. На ринку туристичних послуг впевнено



функціонують глобальні дистрибуторські системи бронювання «Amadeus», «Galileo», «Sabre», «Worldspan», які пропонують туристичним фірмам доступ до баз даних постачальників туристичних послуг по всьому світу. Туристичні портали України “УкрТуризм” (www.ukrtourism.com), “Наші подорожі” (www.hometravel.com.ua), “Подорожі в Україні” (travel.kyiv.org), “UKRTRAVEL” (www.ukrtravel.net) та інші дозволяють туроператорам розміщувати свої пропозиції в єдиному інформаційному полі та оперативно управляти ними, а споживачам туристичного продукту отримувати різноманітну інформацію стосовно туристичних регіонів.

Сьогодні в основі інформаційного забезпечення потенційного споживача продукту міського культурного туризму лежить не тільки використання персональних комп’ютерів, а й програмного забезпечення сучасних гаджетів. Серед такого програмного забезпечення слід виділити:

LONELY PLANET - англомовний електронний гід, що використовується вже близько 7 років та став популярним серед туристів, які користуються гаджетами з операційними системами Android і IoS. Програмне забезпечення дозволяє безкоштовно закачати один додаток Guides з описом великої кількості великих міст світу. Також є доступним низка додатків під маркою Lonely Planet - дитячі атласи, журнал, мовні розмовники тощо.

2GIS - безкоштовний набір офлайн-карт з навігатором по містах і довідником з контактами, який можна встановити на гаджети з Android і IoS. У 2GIS карти подаються як у двовимірному, так і в режимі 3D. Такий підхід дозволяє відразу знайти об'єкт, якщо користувач виявився десь поруч. Додаток пропонує інформацію про міста України: Київ, Дніпро, Одеса, Харків тощо. Міжнародний туризм представлений містами Чехії, Італії, Кіпру, країн близького сходу. Є україномовна та російська версії інтерфейсу.

Doroga.mobile - путівник по Україні для ОС Android. Детальна база туристичних об'єктів (понад 12 тис.): пам'ятки, готелі, заклади громадського харчування. Програма містить офлайн-карти.

PEAK FINDER ALPS - додаток, що стане в нагоді гірськолижникам. За допомогою PeakFinder Alps користувач в режимі 3D отримує кругові панорамні схеми в діапазоні до 300 км оточуючих його гірських хребтів із зазначенням вершин та міст та селищ на території Франції, Італії, Німеччини, Словенії тощо.

Google Maps - додаток глобального супроводу туристичних подорожей. За допомогою карт Google можна прокласти маршрут будь-якої складності і дізнатися, на якому транспорті зручніше



дістатися до пункту призначення. Мобільний додаток Google Maps надає можливість отримати інформацію щодо цікавих місць у містах, щодо знаходження ресторанів, кафе, банкоматів, медичних закладів тощо. База об'єктів оновлюється щодня – будь-який користувач Google Maps може розміщувати фото та ділитися своїми враженнями. Єдиний недолік додатка – складність отримання детальної туристичної інформації.

Серед допоміжних додатків, що можуть стати корисними під час туру, є:

- голосові перекладачі для туристів Google Translate та Travel Voice Translator;
- для бронювання готелів Booking.com, TripAdvisor, що допомагають знайти готель, відгуки про їх відвідування, фото та багато іншого;
- популярний конвертор валют XE Currency;
- додатки доступу до бази даних різних авіакомпаній SeatGuru та Flightradar24, що містять плани салонів лайнерів і переліки послуг на борту, дозволяють відстежувати переміщення на літаках. Skyscanner - один з кращих додатків з купівлі авіаквитків;
- додаток "Аптечка" - містить понад 6000 інструкцій до препаратів;
- додаток з картами точок доступу Wi-Fi по всьому світу Wi-Fi Map.

Аналіз впливу сучасних інформаційних технологій на розвиток та популяризацію міського туризму висвітлив переваги у використанні інформаційних Інтернет-порталів, що поєднують інформаційні послуги та функції Інтернет-сервісів та програмних додатків сучасних гаджетів. Це значно підвищує рівень інформаційного супроводу турів, можливості просування реклами туристичного продукту та комунікаційний потенціал туристичних агентств. Тому, в період стрімкої інформатизації суспільних відносин слід приділяти особливої уваги розбудові інформаційно-комунікаційної інфраструктури туристського бізнесу, що становить підґрунтя для підвищення ефективності його менеджменту.

Список використаних джерел: 1. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : навч. посібн./М.П. Кляп, Ф.Ф. Шандор. – К. : Вид-во "Знання", 2011. – 334 с. 2. Зима О.Г. Формування інформаційного середовища національної індустрії туризму [Електронний ресурс] / О.Г. Зима, Ю.Ю. Лола, Н.В. Жила // Географія та туризм: науковий збірник. – Випуск 22. Режим доступу: http://www.geolgt.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=58&Itemid=41&lang=uk (дата звернення 02.02.2018 р.). – Назва з екрана.



4. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО РОЛЬ В ЕКОЛОГІЧНІЙ ОСВІТІ НАСЕЛЕННЯ

УДК 502.45

*O. В. Головко, О. М. Верещага, О. О. Базан, Г. В. Кальчук,
Н. В. Столяр, О. О. Якимчук*

Національний природний парк «Дермансько-Острозький»

ДОСВІД НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ «ДЕРМАНСЬКО-ОСТРОЗЬКИЙ» ЩОДО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглянуто досвід національного природного парку «Дермансько-Острозький» щодо розвитку екологічного туризму. Продемонстровано форми та методи туристичної діяльності, які розробляються в установі, та основні результати їх впровадження.

Ключові слова: національний природний парк, екологічний туризм

The experience of the National Nature Park “Dermansko-Ostrozkyi” in the development of ecological tourism are conducted in the article. The forms and methods of tourist activity which being developed in the National Nature Park, and the main results of their implementation are demonstrated.

Keywords: National Nature Park, ecological tourism

Екологічний туризм – це відпочинок на незмінених або мало змінених природних територіях, що поєднується з позитивним ставленням до навколишнього середовища, а не лише його використання. Централізованою формою екотуризму в світі є національні парки – природоохоронні установи, одними з основних завдань яких є створення умов для розвитку туризму та організованого відпочинку населення в природних умовах [2].

Єдиним в Рівненській області національним природним парком (НПП) є «Дермансько-Острозький», який створений на території Острозького та Здолбунівського районів Рівненської області в 2009 році, а функціонувати почав з серпня 2011 р. Площа його становить 5448,3 га, з них 1647,6 га надаються установі з вилученням [3].

Територія, на якій створено НПП «Дермансько-Острозький», відзначається мальовничістю ландшафтів, багатством рослинного та тваринного світу, великою кількістю історико-культурних пам'яток, частина з яких розташована в прилеглих до парку населених пунктах.

НПП має значний потенціал та сприятливі природні умови для здійснення рекреаційної діяльності, зокрема:



- високий показник заліснення (90 %);
- добре розвинена річкова мережа, велика кількість джерел і штучних водойм;
- розташування парку в межах трьох геоморфологічних утворень – Малополіської денудаційної рівнини, Мізоцького кряжу Волинської височини та Кременецького кряжу Подільської височини, що зумовлює різноманітність рельєфу території [1].

Проте, для розвитку екологічного туризму в національному природному парку необхідна певна інфраструктура, що включає екологічні стежки і туристичні маршрути, рекреаційні зони, візитні центри тощо.

Так, в 2016 році облаштована й промаркована екологічна стежка «Від Волині до Поділля», яка стала популярним об'єктом для туристів, що бажають більше дізнатись про природні цінності території. Причому, збільшується кількість екскурсій для осіб дорослого віку, зокрема корпоративні та сімейні тури. Так, якщо в 2016 році екостежку відвідало 15 екскурсійних груп (360 осіб), то в 2017 – 24 групи (564 особи) і прогнозується зростання їх кількості в подальшому.

Прихильниками пішого туризму активно використовується туристичний маршрут «Заплавою річки Збитинка», що практично увійшов до створеного й промаркованого в 2017 році велосипедного туристичного шляху № 614 «Велика пригода в Дермансько-Острозькому національному природному парку». На згаданому маршруті облаштовано кілька місць відпочинку, зокрема в урочищах «Ринва», «Пекло», поблизу Новомалинського водосховища та на річці Збитинка в околицях с. Мости. Варто зазначити, що маркування екологічної стежки та веломаршруту здійснено за співфінансування Управління культури та туризму Рівненської обласної державної адміністрації, а також за кошти, зібрани волонтерами WWF в Україні та ММГО «Еоклуб», що є прикладом співпраці національного парку з державними та громадськими організаціями.

Відповідно, враховуючи сезонність, з використанням сучасних принципів інтерпретації природи, в парку, окрім загальних оглядових турів, розроблено серію тематичних екскурсій. Зокрема, великої популярності набирає birdwatching – орнітологічний туризм. Зазвичай орнітологічні екскурсії в національному парку приурочені до Міжнародних днів міграції птахів та подібних дат. Також зацікавленість у відвідувачів викликають екскурсії «Містичне царство грибів», «Дивовижний світ орхідей», «Загадкові болота», «Первоцвіти нашого краю».



Важливим компонентом розвитку парку є взаємодія з місцевими громадами. Так, у співпраці з органами місцевого самоврядування, державними адміністраціями та громадськими організаціями проведено кілька цікавих фестивалів, які, маємо надію, стануть візитівками нашого регіону. Зокрема, з ініціативи національного парку в селі Буша Здолбунівського району в 2017 році вперше проведено етнофестиваль «Буша Папороть», що зібрал більше 1000 учасників. В цьому ж році НПП втретє долучився до проведення молодіжного фестивалю «Новомалинська Любава» в селі Новомалин Острозького району. Спільно з ГО «Спілка велосипедистів Рівного» проведено веломарафон «100 миль Дермансько-Острозьким національним парком» в 2016 році та велофестиваль «Велика пригода в Дермансько-Острозькому національному природному парку» в 2017 році.

Волонтерський туризм – вид діяльності, який активно розвивається в нашій державі в останні роки. Загалом, екологічне волонтерство – добровільна допомога довкіллю, співмірна з силами кожної окремої людини. Протягом 2015-2017 років в національному природному парку проведено 10 волонтерських заходів із залученням близько 160 волонтерів. Причому, заходи, які проводяться в НПП з залученням волонтерів, є досить різноманітні, наприклад, зимові обліки фауни, моніторинг популяції бобра річкового, встановлення гніздових платформ для лелеки чорного та штучних гніздівель для птахів і кажанів, маркування екологічної стежки «Від Волині до Поділля» та веломаршуруту «Велика пригода», залучення волонтерів до проведення фестивалів та інших подій в парку.

Таким чином, форми і методи туристичної діяльності національного природного парку «Дермансько-Острозький» є досить різноманітні та зорієнтовані, в основному, на пізнавальний та подієвий туризм, а сама установа має потенціал та передумови, щоб стати центром екологічного туризму в Рівненській області.

Список використаних джерел: 1. Богданець К. О. Оцінка природних рекреаційно-туристичних ресурсів національного природного парку «Дермансько-Острозький» / Богданець К. О., Головко О. В., Похвалюк С. П. // Природа Полісся : дослідження та охорона. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченій 15-річчю Рівненського природного заповідника та 10-річчю рамсарського угіддя «Торфово-болотний масив Переброди» (м. Сарни, 3-5 липня 2014 р.) / за ред. Журавчака Р.О. – Рівне, 2014 р. – с. 23-26. 2. Про природно-заповідний фонд : Закон України від 16 червня 1992 р. № 2456-XII // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 34. – Ст. 502. 3. Про створення національного природного парку «Дермансько-Острозький» : Указ Президента України від 11 грудня 2009 року № 1039/2009 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 97. – Стор. 66. – Ст. 3343.



УДК 911.3:33:338.48

Ю.В. Зінько, ст. викладач

М.П. Мальська, д.е.н., професор

Львівський національний університет ім. І. Франка

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ЗАНЯТЬ СІЛЬСЬКОГО Й АГРОТУРИЗМУ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ

Розглянуто види занять для основних галузей сільського туризму і агротуризму в Карпатському регіоні. Описано інноваційні для вітчизняної практики види занять, пов'язані з агроготелярством, агрогастрономією, традиційним агротуризмом, оздоровчою діяльністю, агротерапією. Наведено приклади світових ініціатив сільських господарств, що зорієнтовані на впровадження інноваційних агротуристичних занять. Проведено оцінку перспективних для українського ринку нових агротуристичних продуктів і послуг.

Ключові слова: сільський туризм, агротуризм, заняття, агротуристичний продукт, послуги, туристичний ринок.

Different form of training classes for the major fields of rural- and agrotourism are discussed in the Carpathian region. Innovative types of training classes to be introduced into Ukrainian practice, dealing with agro-hospitality, agro-nourishment, traditional agro-tourism, health-recreation activities, as well as agro-therapy are described. Examples are presented concerning the worldwide initiatives of rural businesses towards the introduction of innovative agrotourism training classes. The novel agro-tourism products and services that seem to be quite promising for the Ukrainian market have been evaluated.

Key words: rural tourism, agrotourism, training classes, agro-tourism product, services, tourism market.

Сільський туризм та агротуризм Карпатського регіону активно виходить на національний ринок туристичних послуг. Разом з тим, слід констатувати, що пропозиції регіональних агротуристичних продуктів, послуг і товарів охоплюють досить вузький спектр. Найпопулярнішими агротуристичними продуктами в Карпатському регіоні є продукти, пов'язані з національною кухнею, проведенням фестин (вечорниці, народні обряди). Значного поширення набули оздоровчі заходи (сауни з фіточаями, масажі), зимові розваги (катання на санях). У всіх карпатських областях поширений збір ягід і грибів та кваліфікований туризм (піші, кінні прогулянки). Все більшої популярності набувають форми пізнавального туризму (відвідування народних умільців, домашніх музеїв). Кожна з областей має свою спеціалізацію в агротуристичних продуктах. Зокрема, у Івано-



Франківській і Закарпатській областях поширеними є участь туристів у народних святах і обрядах, відвідування народних умільців, прогулянки на конях, на Львівщині популярними є сільські вечорниці та зимові розваги [1, 2, 5].

Географічна особливість сучасного етапу розвитку сільського туризму в Карпатському регіоні полягає в тому, що він розвивається як у відомих відпочинкових і оздоровчих місцевостях, так і у гірських селах з традиційним побутом. Його інфраструктурну основу складають кілька сотень агроосель – переобладнаних або спеціально збудованих садиб для прийому туристів, а також: котеджі, пансионати та міні-готелі. Ця малоформатна інфраструктура найбільше розвинена у гірських районах Львівщини (Сколівщина, Старосамбірщина, Дрогобиччина); Івано-Франківщини (Яремчанщина, Косівщина, Верховинщина), Закарпаття (Рахівщина, Міжгірщина, Свалявщина). Найбільшою кількістю нічліжних об'єктів типу агрооселя та котедж характеризуються відпочинкові гірськолижні місцевості: Яремче, Косів, Славське, Солотвино. Перелічені території характеризуються цікавими природними об'єктами (скелі, мінеральні води, залиснені території), історико-культурною спадщиною (сакральні об'єкти, традиційне сільське будівництво), розвиненою інфраструктурою (гірськолижна, оздоровча) та привабливими видами занять для туристів (ознайомлення з народними промислами, участь у фестивах) [2].

Сучасний сільський туризм і агротуризм пропонує широкий спектр занять [3, 4, 6, 7]. Виділяють дев'ять напрямів, які названо наступним чином [7]: *нічліг в оселях та агроготелярство, харчування і агрогастрономія, традиційний агротуризм, безпосередній продаж, відпочинок у сільській місцевості, активний туризм і агроспорт, екскурсії і агророзваги, оздоровча діяльність і агротерапія, культурно-етнографічні заходи.*

Слабко розвинутими у Карпатському регіоні є види туристичних занять, пов'язані з традиційним агротуризмом, агророзвагами та агротерапією. Зокрема, інноваційний характер серед них мають такі продукти і послуги як спеціальне агроготелярство, зоокутки в агрогосподарствах, польові ігри нової генерації, гіпотерапія, різні типи агророзваг.



Основні види заняття в сільському туризмі й агротуризмі
(за Sznajder M., Przezborska L., 2006, з доповненнями авторів)

Основні напрями	Типові заняття
Нічліг в оселях та агроготелярство	Перебування в господарстві Перебування у сільському будинку Агроготель (агромотель) Нічліг із самообслуговуванням Агрокемпінг Спеціальне агроготелярство
Харчування і агрогастрономія	Домашня їжа Їdalня, заклад харчування Ресторан Пікнікові поля
Традиційний агротуризм	Спостерігання за процесом виробництва Участь у процесі виробництва Піші і об'їздові дидактичні стежки Господарське ZOO (зоопарк), сафарі
Безпосередній продаж	Безпосередній продаж продуктів з господарства Продаж типу «збери сам» Магазини в господарствах або при закладах
Відпочинок у сільській місцевості	Відпочинок у відпустці Відпочинок на вихідні Перебування на свята
Активний туризм і агроспорт	Прогулянки, походи, їзда на велосипеді Верхова їзда, водні подорожі Види спорту, які вимагають великої території Польові ігри нової генерації Мисливство Рибальство
Екскурсії і агророзваги	Відвідування парків і садів Вийзди і екскурсії у сільські місцевості Лабіринти з кукурудзи і сої Солом'яні конструкції
Оздоровча діяльність і агротерапія	Гіпнотерапія, оздоровчі водні процедури Терапія, яка використовує специфіку рослин і тварин Специфічне харчування Мінісанаторії
Культурно-етнографічний	Історичні господарства – старі ферми Історичні села Музей народного мистецтва і сільського Родинні і сільські урочистості і фестивалі Перебування у селі з певним фольклором



У Карпатському регіоні ці інноваційні заняття ще недостатньо популярні і слабо використовуються у практиці вітчизняного сільського туризму і агротуризму. Тому важливим є дослідження цих нових форм проведення туристичних занять у сільській місцевості.

Необхідними є подальші науково-практичні розробки щодо впровадження нових туристичних продуктів і послуг у сільській місцевості з урахуванням природних, історико-культурних, господарських особливостей українського села. Особливо значний потенціал впровадження нових форм та ініціатив туристичних занять, що можуть мати зацікавлення для вітчизняного і міжнародного ринку, може мати в таких галузях як харчування і агрогастрономія, агротерапія і, особливо, культурно-етнографічні заняття.

Список використаних джерел: 1. Горішевський П.А. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Навчальний посібник / П. А. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 144 с. 2. Зінько Ю.В. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні / Ю. В. Зінько, П. А. Горішевський, М. А. Петришин, В. П. Васильєв, О. О. Гундяк. – Науковий вісник Національного аграрного університету. – К., 2008. – Вип. 124. – С. 32-40. 3. Зінько Ю.В. Світовий досвід організації сільського туризму: методичні рекомендації / Ю. В. Зінько, В. П. Васильєв, П. А. Горішевський, М. Й. Рутинський – Одеса, 2009. – 56 с. 4. Зінько Ю.В. Сільський туризм в Європі і Америці / Ю. В. Зінько, В. П. Васильєв, П. А. Горішевський, М. Й. Рутинський // Туризм сільській зелений. – 2009. - № 2. – С. 3-40. 5. Рутинський М.Й. Сільський туризм: Навч. посіб. / М. Рутинський, Ю. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с. 6. Majewski J. Agroturystyka to tez biznes. – Warszawa: Fundacja Wspomagania Wsi, 2000. – 115 s. 7. Sznajder M. Agroturystyka / M. Sznajder, L. Przezbórska. – Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2006. – 257 s.



**Михальчук М.А., ст. викладач,
Шевчук І.В., к.с.г.н., доцент,
Тимошик В.В., магістр**

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ПОЛІСЬКОГО РЕГІОНУ (НА ПРИКЛАДІ АГРООСЕЛІ «НЕСУХОЇЖ», ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

В статті висвітлено технологічні основи організації, проаналізовано перспективи розвитку та розроблено модель розвитку зеленого туризму в Поліському регіоні.

Ключові слова: сільський зелений туризм, гостинний цикл, модель розвитку, природоохоронні принципи, стратегія розвитку.

Technological bases of organization and functioning are reflected in the article, the model of green tourism is developed in the Poliss region.

Key words: to rural green tourism, guest cycle, model of development, nature protection principles, strategy of development.

Відродження і подальший економічний та соціальний розвиток сільських громад України нині пов'язують з індустрією туризму, зокрема, сільського зеленого. Наукові дослідження свідчать про те, що сільський туризм здатний забезпечити економічну та демографічну стабільність у сільських місцевостях та вирішити їхні соціально-економічні проблеми[3,4].

Регіони України мають надзвичайно багату природно – югористично – етнокультурну базу, що створюють передумови для його широкого використання у відпочинкових цілях. М'який клімат, мальовничі ландшафти, цікава історико-культурна спадщина є запорукою організації різномінітного відпочинку й туризму в сільських місцевостях нашої країни.

Сільський зелений туризм на початку ХХІ ст.. – один із найперспективніших відів відпочинку у Карпатському, Поліському, Подільському, Наддіпрянському регіонах. Для сільських мешканців України цей вид туризму є найкращим стимулом для започаткування й розвитку підприємницької діяльності. Крім цього, діяльність сільських громад з організації агрорекреаційного сервісу стимулює облаштування сільських осель та благоустрій сільської місцевості, створює додаткові шляхи наповнення місцевих бюджетів,



перетворюється на вагомий чинник перспективного розвитку сільських територій.

Розвиток масової практики організації сільського зеленого туризму досі випереджає його теоретичне осмислення й нормативне трактування. Так, на сьогодні певні суперечки існують навіть щодо офіційного змістового тлумачення поняття «сільський зелений туризм».

Найпростішою констатацією цього явища є таке визначення: «Сільський туризм - це туризм, який проходить у сільському поселенні»[1,4]. Але таке просте визначення неадекватне у багатьох аспектах. Проте, нині все ще складно виробити уніфіковану спільно європейську дефініцію, яка б стосувалася всіх країн, через існування певних проблем.

Соціологічні, культурологічні та економіко-географічні концепції суттєво впливають на формування сучасної термінологічної бази, що стосується сільського зеленого туризму. Не аналізуючи їх детальніше, перерахуємо найбільш усталені (загальноприйняті) трактування ключових понять сільського зеленого туризму.

Стійкий (сталий) туризм – це сучасно концепція розвитку туризму, що ґрунтуються на принципах концепції стійкого розвитку. Це туризм, що задоволяє всі наявні проблеми, але при цьому розвивається таким чином, щоб забезпечити аналогічними можливостями майбутні покоління.

Стійкий туризм заснований на таких принципах:

- охорона навколошнього середовища, мінімізація збитку в процесі туристичної діяльності, екологічний нагляд за станом туристичного освоєння територій;
- контрольоване використання технологій туристичного обслуговування, передусім автотранспорту, енергії, питної води тощо;
- соціальна справедливість щодо місцевих громад. Тобто прибуток та інші блага від туризму мають розподілятися на паритетних засадах, з урахуванням інтересів місцевого населення, а не переходити до іноземних інвесторів і національної еліти;
- естетична гармонія туристичного природокористування, яка полягає у тому, що туристична діяльність та інфраструктура повинні органічно вливатися в історично сформоване середовище і зберігати унікальну своєрідність кожної місцевості.

Усі принципи використовуються і знаходять втілення в сільському туризмі[2,4].

Основні види сільського туризму – екологічний туризм та сільський зелений.



Однак, сільський зелений туризм (а також агротуризм) і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу. Сільський зелений туризм – це вид проведення вільного часу у формі стаціонарного відпочинку з можливістю недалеких виїздів чи походів. Натомість екотуризм – це вид проведення вільного часу у формі невпинного руху, відкриття дикої природи, маршрутного ознайомлення з природними й історичними атракціями території, похідного пізнання традицій і місцевої культури (при цьому сільські оселі можуть використовуватися як база для ночівлі та харчування екотуристів).

Мережа сільського населення Полісся історично представлена кількома типами поселень - селами, хуторами, слободами, лісництвами. Проміжною формою між сільськими поселеннями і містом є селище міського типу.

Сучасна наукова література подає широкий класифікаційний спектр різних видів туризму: активний, пасивний, історичний, культурно-етнічний, пізнавальний, теологічний, розважальний, релаксаційний, бізнесовий, конгресний, релігійний, експериментальний тощо [4].

Багато видів відпочинку можуть розвиватися як в міський, так і у сільській території, скажімо, кінний туризм, пляжна рекреація, гастрономічний туризм тощо.

З іншого боку, туристи в один і той же день можуть бути залучені як до «сільських», так і до «міських» видів діяльності.

Перелік основний відмінностей між «міським» та «сільським» туризмом подано в таблиці 1.

У наші дні дедалі більшу кількість «міських» туристів приваблює екзотика сільського побуту та праці. Мешканці міст прагнуть показати своїм дітям, звідки береться хліб, молоко, інші продукти, ознайомитися з побутовими умовами і зникаючими народними промислами. Крім того, гості Українського Полісся хочуть побачити поліські ліси, посидіти біля багаття у колі гостинних поліщуків чи бойків, освоїти ази лозоплетіння, спробувати навчитися вишивати, різьбити, опанувати процес роботи з бджолиними вуликами.

Традиційним та найцікавішим в організації сільського зеленого туризму, чим славиться Поліський регіон, виступають:

- природознавчий туризм. Поліський регіон приваблює відвідувачів передусім величчю та природою;
- фольктуризм - участь у різноманітних традиційних народних обрядах і святкуваннях;
- кінний туризм на конях верхи;



- водний туризм. Це спуск на надувних човнах, плотах, катамаранах.
- історико – етнографічний туризм. Людей, незалежно від того, звідки вони приїжджають, цікавить багатовікова історія та культура краю, який вони відвідують. Мешканець великого міста сприймає сільський побут, культуру поліського села з його традиційною житлово - господарською і дерев'яною архітектурою як захопливу екзотику.
- велотуризм. Цей вид має чимало шанувальників і починає стрімко розвиватися в Поліському регіоні.

Таблиця 1.

Відмінності між «міським» і «сільським» туризмом

Міський туризм	Сільський туризм
1.Мало відкритого простору	1.Багато відкритого простору
2.Поселення понад 10000 осіб	2.Поселення до 10000 осіб
3.Рідше впливають сезонні природні фактори	3. Частіше впливають сезонні природні фактори
4.Забудоване середовище	4.«Природне» середовище
5.Різні види діяльності у закритих приміщеннях	5.Багато видів діяльності на чистому повітрі
6.Добре розвинута інфраструктура	6.Слабо розвинута інфраструктура
7.Великі розміри туристично - рекреаційних споруд	7.Малі розміри туристично – рекреаційних споруд
8.Турорганізатори – національні фірми	8.Турорганізатори – місцеві підприємницькі організації
9. Робітники можуть жити далеко від місця роботи	9.Робітники часто живуть біля місця роботи
10.Туристичні інтереси підтримуються самостійно	10.Туризм підтримає інші інтереси громад

Головним словосполученням, що характеризують сільський зелений туризм, є «відкритий простір», «блізькість природи», «радість життя», «свобода руху». Цьому виду туризму надають перевагу особи, що зацікавлені працею у сільському господарстві, ремеслами, звичаями чи святкуваннями.

Однак організація сільського туризму в українських поліських селах обмежується низкою обставин. Зокрема, недовіра мешканців села до чужих, а отже, і до потенційних туристів;політично – економічна нестабільність;низький рівень інфраструктури, господарські подвір'я в більшості випадків не вимощені, відсутня централізована каналізація, в межах садиб не визначає місця для



організації активних видів відпочинку і «зелених» зон з доглянутим трав'яним покривом для, скажімо, засмагання чи дитячих забав; санітарний стан питної води незадовільний.

Технологічні основи надання послуг сільського зеленого туризму в Поліському регіоні – це пакет послуг, яким має скористатися турист під час перебування на відпочинку в агрооселі. Загалом, перелік цих послуг і їх якість можуть бути доволі різноманітними. Однак, стандартний набір головних послуг завжди повинні надаватися у певній послідовності. Ця послідовність затрат часу й зусиль на обслуговування одного гостя отримала назву «гостівський цикл».

Гостівський цикл сільського зеленого туризму - це процес рекреаційного обслуговування гостя від часу його прибуття в агрооселю до остаточного виїзду з неї[4].

Гостівський цикл сервісного обслуговування гостя агрооселі складається з тісно пов'язаних між собою окремих блоків взаємодії між господарем оселі та його гостем. Для чіткішого усвідомлення господарем послідовності його дій під час відвідин оселі туристом ми розробили алгоритм гостівського циклу сільського зеленого туризму у формі технологічної схеми. Вона складається з дев'яти основних послідовних технологічних фаз обслуговування.

Характерною особливістю організації відпочинку в агрооселі «Несухоїжі» є розробка та облаштування екологічної стежки на відстані 2,5 км. На якій розташовано 5 оглядових ділянок, де проведений повний опис біорізноманіття на кожній з них , що представляє найбільший інтерес у відпочиваючих.

Проведений аналіз дав змогу об'єктивно оцінити можливості розвитку сільського зеленого туризму та розробити ефективні заходи щодо упередження можливих проблем. Розгляд же сильних сторін дає підстави науково визначити потенційні можливості Поліського регіону та розробити ефективну стратегію щодо їхнього подальшого зміцнення.

Список використаних джерел: 1.Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. №324/95-ВР//Відомості Верховної Ради України.- 1995.-№31-с. 242. 2. Про внесення змін до Закону України «Про туризм»//Урядовий кур'єр.- 2003.-№244.-с. 15-19. 3. Butler R.W. Tourism and Recreation in Rural Areas.N.-Y.:john Wiley&Sons,Inc.1998.-261 р. 4. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. зелений туризм. – К.: Знання, 2008.- 271с.



*Левченко А.С. студент
Поколодна М.М. к. геогр. н., доцент
Харківський національний університет міського
господарства ім. О.М. Бекетова*

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ВІДМІННОСТІ ГЕОПАРКІВ,
ЯК НОВОГО ВИДУ ПРИРОДООХОРОННИХ,
РЕКРЕАЦІЙНО-ОСВІТНІХ ТЕРИТОРІЙ**

Розвиток екотуризму призводить до появи його нових різновидів, одним з яких є геотуризм. Здійснення цього виду подорожей відбувається на основі використання специфічних об'єктів, зокрема таких як геопарки. Розглянуто питання особливостей створення геопарків та їх відмінності від інших прородно-заповідних територій.

Ключові слова: геологічна пам'ятка природи, геологічна спадщина, геопарк, природно-заповідний фонд.

The development of ecotourism leads to the emergence of its new varieties, one of which is geotourism. The implementation of this type of travel is based on the use of specific objects, such as geoparks. The issues of the creation of geoparks and their differences from other natural protected areas are considered.

Key words: geological monument of nature, geological heritage, geopark, nature reserve fund.

В умовах значної конкуренції на сучасному туристському ринку туристські підприємства вимушенню невпинно розширювати асортимент пропонованих турпродуктів - турів та екскурсій. Одним з перспективних напрямків диверсифікації туристських послуг є розвиток геологічного туризму та організація геотурів. Геотуризм – один з різновидів екологічного туризму, який ґрунтуються на відвідуванні природних ландшафтів, у тому числі охоронюваних природних територій, які мають цінну геологічну спадщину. Геотуризм - специфічний спосіб використання надр, при якому ресурси залишаються недоторканими – адже використовуються у вигляді інформаційних ресурсів (естетичних, наукових, культурних). Саме в цьому контексті постає актуальність питання, щодо виявлення різниці геопарків та інших природоохоронних територій, виявлення їх організаційних та функціональних особливостей.

Особливо охоронювані природні території – це ділянки землі, водної поверхні та повітряного простору над ними, де розташовані



природні комплекси та об'єкти, які мають особливе природоохоронне, наукове, культурне, естетичне, рекреаційне та оздоровче значення, та які за рішенням органів державної влади повністю або частково вилучені з господарського використання та мають встановлений режим охорони. На території України є багата мережа природо-заповідних територій до складу якої входить 11 категорій об'єктів [1]. Для кожного виду об'єктів існують законодавчо – закріплени визначення та виконувані функції. Поняття «геопарк» в жодному офіційному (законодавчому) документі не зустрічається, а їх створення в Україні знаходить поки що на стадії обговорення.

Згідно Закону України «Про природно-заповідний фонд» з вищеперерахованих територій охорона геологічної спадщини чи окремих геологічних пам'яток здійснюється в заказниках, національних природних парках, заповідниках та пам'ятках природи.

Геопарк – це природоохоронна територія паркового типу де розміщені унікальні чи рідкісні, цікаві та естетично привабливі геоморфологічні та геологічні об'єкти, історико-археологічні, історико-культурні пам'ятки, які мають наукову, освітню та рекреаційну цінність. Мета створення геопарку - охорона та популяризація геологічної спадщини, яка є основою концепції захисту, освіти та стійкого розвитку даного місця. Геопарки принципово відрізняються від усіх існуючих на території нашої країни природоохоронних територій тим, що їх створення на сучасному етапі не має певних адміністративних кордонів, а ведення господарської та рекреаційної діяльності на території геопарку має місце. Існують певні проблеми з охорони та популяризації саме георізноманітності, деякі геологічні об'єкти не підлягають жодній з форм охорони, надмірне використання окремих об'єктів та недотримання норм рекреаційних навантажень, призводить до руйнування об'єктів, недостатньо уваги приділяється питанням забезпечення інфраструктурного облаштування пам'яток.

Такі проблемні питання може вирішити створення мережі геопарків на території нашої країни за програмою Глобальних геопарків ЮНЕСКО. Це допоможе не тільки зберегти геологічні пам'ятки природи але й раціонально їх використовувати [2].

Тож, об'єктами охорони геопарка є виключно об'єкти геологічної спадщини, геологічні пам'ятники природи, де вони є провідними об'єктами, а власне геологічний парк може бути створений тільки на території, що є багатою такими об'єктами. Проте, однієї концентрації геологічних об'єктів недостатньо для створення геопарку. Важливо, щоб територія викликала інтерес з боку науки, освіти, туризму,



необхідно, щоб об'єкти геологічної спадщини характеризувалися георізноманіттям та унікальністю. Крім того, територія повинна бути цікавою і з негеологічної точки зору: етнічними особливостями, культурою населення, біорізноманіттям, історичним минулим. Гарним прикладом такої території в Харківській області є Верхній Салтів. Саме на цій території було запропоновано створити геопарк «Верхнє Придонцов'є», що є цікавим з точки зору геології, палеонтології, історії, археології та культури (остеологічні залишки тварин; ареал розселення народів Салтово-маяцької культури).

Таким чином, створення геопарків має свої особливі відмінності серед інших природоохоронних територій, які пояснюються функціями геологічних парків: природоохоронною, освітньою, науковою, економічного росту, міжнародною та туристською. Геопарк - платформа для розповсюдження та обміну науковими знаннями. Однією з головних цілей діяльності геопарків є стимулювання економічного росту в рамках концепції сталого розвитку, життя у гармонії з природою та ефективне використання усіх наявних ресурсів. З точки зору міжнародної практики, створення геопарку за програмою ЮНЕСКО дає можливість автоматичного входу до глобальної мережі геопарків, інтерес світу буде звернено до території геопарку та країни, в якій він знаходиться [3].

В Україні необхідно створювати геопарки, які допоможуть зберегти геологічну спадщину, підвищити рівень освіченості населення про унікальні природні об'єкти, історію планети та допоможуть економічному розвитку держави в цілому.

Список використаних джерел: 1. Сиротенко А.Й., Чернов Б.О. Географія України – Природоохоронні території України. Онлайн бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://eduknigi.com/geo_view.php?id=548. 2. Офіційний сайт ЮНЕСКО. Глобальні геопарки ЮНЕСКО [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>. 3. Шевчук О. Геопарки як форма збереження геоспадщини, розвитку геоосвіти та геотуризму. Вісник Львівського університету. Серія географічна. - 2010. - Вип. 38. - С. 357-370. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Geograf_2010_38_43



*Прищепа А.М. к.с.-г.н., професор,
Брежицька О.А. к.с.-г.н., доцент,
Сорока О., магістр*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ЕКОТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ АГРОСФЕРИ ЗОНИ ВПЛИВУ МІСТА РІВНЕ

У статті розглянуто питання туристично-рекреаційного потенціалу агросфери зони впливу урбосистеми Рівного та можливість його використання при організації екологічного туризму. Проведено аналіз природного потенціалу та досліджено екологічний стан території.

Ключові слова: екологічний туризм, сталий розвиток, агросфера, місто Рівне.

The article deals with the issues of tourist and recreational potential of the agrosphere of the impact zone of the Rivne Urbsystem and the possibility of its use in the organization of ecological tourism. An analysis of natural potential was carried out and the ecological condition of the territory was investigated.

Key words: ecological tourism, sustainable development, agrosphere, city of Rivne.

Сталий розвиток регіонів країни має бути орієнтований на якість життя населення, зростання економічної сфери та збереження навколошнього середовища. Тобто, кожен регіон країни повинен мати необхідні та достатні ресурси для комплексного розвитку та підвищення конкурентоспроможності економіки, при якому максимально зберігається цілісність екологічних систем. Однією із галузей економіки, яка стрімко розвивається та певною мірою є екологічно безпечною, є туристична. Серед різних видів туризму слід виділити екологічний, який вдало поєднує економічну, соціальну та екологічну підсистеми регіону, що дозволяє не тільки підвищити рівень економічної дохідності, створити нові робочі місця, але й певним чином підвищити рівень екологічної свідомості, культури, зберегти етнокультурне середовище та використовувати природо-заповідний фонд. Як зазначають [1,2], екологічний туризм можна організовувати скрізь, де наявні природні й антропогенні об'єкти, що представляють собою пізнавальний і виховний інтерес. Аналіз останніх досліджень і публікацій, показує що питання оцінювання, дослідження природного потенціалу для розвитку екологічного туризму є актуальним [1-4]. Оцінюючи туристично-рекреаційний



потенціал України у монографії [5] зазначено, що Рівненська область має свою специфіку та неповторність, природоохоронні території, оригінальні територіальні структури, які можуть бути основою для екологічного туризму. Разом з тим, аналіз останніх досліджень показує, що мало вивченими залишаються питання екотуристичних ресурсів територій поблизу великих урбоекосистем. Беручи до уваги те, що міста є системоутворюючими факторами у розвитку агросфери, доцільно розглянути можливість організації екологічного туризму на предмет не лише наявності природних об'єктів, інфраструктури, але і оцінювання екологічному стану цих територій.

Метою нашої роботи є дослідження екотуристичних ресурсів агросфери зони впливу міста Рівне.

Об'ектом дослідження є стан екотуристичних ресурсів агросфери зони впливу міста.

Предметом дослідження є показники екотуристичних ресурсів.

Методи дослідження: теоретичні (ретроспективний аналіз, методи абстракції, аналогії, порівнянь); експериментальні (збір та аналіз статистичних даних).

Під екологічно рекреаційними ресурсами розуміємо сукупність природних та природно-антропогенних систем, які мають певні властивості для туристичної діяльності. Вважаємо, що агросфера зони впливу урбосистем (ЗВУ) – це просторова, історично сформована соціо-економіко-екологічна система, яка функціонує в межах території, що зазнає впливу урбосистеми і характеризується певним типом розвитку, ступенем використання природних ресурсів, типом ланшафтно-територіальних комплексів та функціональними взаємозв'язками.[6].

Проаналізуємо природні рекреаційні ресурси досліджуваної території агросфери зони впливу урбосистеми Рівного, яка охоплює площа 6859 км², та представлена Рівненським, Здолбунівським, Гощанським, Дубенським, Млинівським, Костопільським, Осторозьким районами. Нами проведено оцінку біокліматичних ресурсів та встановлено (табл.1), що найчастіше комфортна погода (температура повітря понад +25°C) буває у літні місці, які найсприятливіші для відпочинку, лікування. На комфортність клімату дуже впливає відносна вологість, температура повітря та швидкість вітру. В межах Рівненщини відносна вологість коливається від 59% до 92%, що є цілком комфортною для життя населення. Швидкість вітру інколи перевищує 5 м/с, що теж є комфортним. На число днів з дискомфортною погодою впливають дні з опадами, які в серпні бувають до 4 днів підряд.



Природний потенціал вирізняється особливим багатством природного середовища, територія має достатній показник лісистості (табл.2). Агросфера ЗВУ забезпечена в повній мірі поверхневими та підземними водами (рис.1), адже місцевий річковий стік в області на 1 особу в середній рік припадає 1980 куб. м води, тоді, як для України в цілому цей показник складає 1040 куб. м. Найбільші прогнозні запаси підземних вод мають Рівненський та Гощанський райони, а найнижчий Острозький.

Таблиця 1

Число днів з рекреаційними типами погоди в теплий період року
(квітень-жовтень) для м. Рівне

Тип погоди	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	Теплий період
Комфортний	6	22	26	22	27	10	7	120
Теплий		1	2	6	2			11
Прохолодний	24	8	2	3	2	20	24	83
Дискомфортний				1	4			5

*за даними метеостанції м. Рівне

Одним з найбільш визначних чинників розвитку екологічного туризму є наявність природно-заповідних об'єктів. На досліджуваній території знаходиться 132 природоохоронних об'єкта (рис.2). До основних відносимо національний природний парк «Дермансько-Острозький», створений в 2009 році на території Здолбунівського та Острозького районів. Його площа становить 5448,3 га, розташований у найвужчій частині Малого Полісся – Острозькій прохідній долині, в заплаві річки Збитенка, що протікає між мальовничими пагорбами Мізоцького кряжу та Кременецькими горами.

Таблиця 2

Характеристика природного потенціалу

Райони	Лісистість території, %	Сільськогосподарська освоєність території, %	% заповідності
Гощанський	6,4	83,2	1,04
Дубенський	24,5	65,6	2,20
Здолбунівський	21,4	66,3	3,79
Костопільський	41,1	42,6	1,20
Млинівський	12,6	71,1	0,67
Острозький	24,6	67,0	
Рівненський	23,0	66,8	0,90

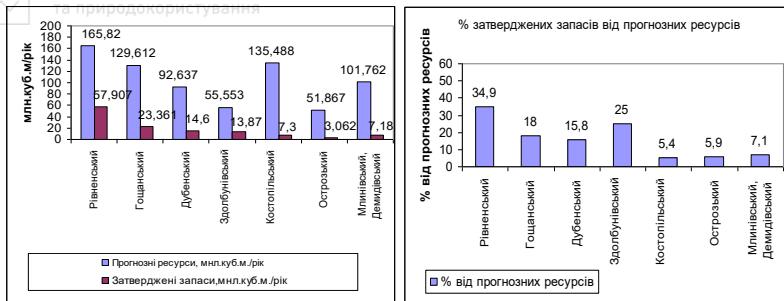


Рис.1 Запаси підземних вод агросфери ЗВУ



Рис. 2. Розподіл природно-заповідних об'єктів агросфери ЗВУ

Відомо, що туризм перебуває у прямій залежності від якості довкілля (чистота та екологічний стан ландшафтів, ґрунтів, водних об'єктів, лісів, пляжів, повітря). Проаналізуємо екологічний стан складових навколошнього середовища.

Аналіз стану поверхневих вод за показниками коефіцієнта забрудненості показав, що води у річках досліджуваної території характеризуються як слабозабруднені. Викликає занепокоєння стан річок в межах урбоекосистеми. На річках Устя, Іква, Замчисько потрібно проводити першочергові природоохоронні заходи, щоб їхні води були придатними для рекреації. Агросфера ЗВУ має значні навантаження викидами, скидами, відходами (рис.2). Найвищі показники питомих викидів шкідливих речовин мають Здолбунівський та Рівненський райони. На території останнього сконцентрована значна кількість промислових відходів.

Результати визначення екологічної стабільності території та рівня антропогенного навантаження на земельні ресурси показали, що найбільш наближено до екологічно стабільної структури територією



Рис.2. Навантаження агросфери ЗВУ викидами, скиданнями, відходами

є Костопільський район, а найбільш складна ситуація складається в Рівненському районі, де відбувається зниження екологічної стабільності території та формується значний тиск урбосистеми.

Оцінівни природо-рекреаційний потенціал агросфери ЗВУ можна зробити висновок, що територія придатна для розвитку екологічного туризму за показниками відповідних ресурсів, обмежуючими чинниками виступають: забруднення водних ресурсів, повітря, значне навантаження на агросферу відходів. Тому, при організації екотуризму, обов'язково на вказаных територіях потрібно проводити моніторингові спостереження за якістю досвідля.

- Список використаних джерел:**
1. Михайлова О. А. Перспективи розвитку екотуризму: природоохоронні території та історико-культурна спадщина [Електронний ресурс] / О. А. Михайлова. — Режим доступу : http://www.nbuvgov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Vdakk/2010_1/17.pdf.
 2. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу Навчальний посібник. - К.: Альтерпрес, 2004. — 192 с.
 3. Кравченко О. Б. Агро- і зелений туризм : навч. посіб.- К.: КиМУ, 2007. — с. 8-11; 7. Русев И. Т. Основы экотуризма. – Одесса: КП ОГТ, 2004. – С.140-145.
 4. Любіцьева О. Розвиток екологічного туризму в Україні / О. Любіцьева, К. Сташук // Економічна та соціальна географія. — 2002. — Вип. 53. — С. 189–196.
 5. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія /за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
 6. Прищепа А. М. Агросфера як об'єкт соціо-економіко-екологічних досліджень / А. М. Прищепа // Вісник НУВГП. Сільськогосподарські науки : зб. наук. праць. - Рівне : НУВГП, 2013. - Вип. 2(62). - С. 28-39.



**M.B. Стасюк к. біол. н.,
Петруновська Н.С., студент**
Рівненський державний гуманітарний університет

ФІТОБЕЗПЕКА ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДІВ

Зелений туризм є одним із різновидів туризму у місця з відносно незайманою природою. Щоб отримати задоволення від походу необхідно знати отруйні рослини, яких варто остерігатися. Серед них: *Daphne mezereum*, *Heracleum*, *Datúra*, *Ambrosius artemisiifolia*, *Atrópa belladónna*, *Hyoscyamus niger*, *Coníum maculatum*.

Ключові слова: туризм, зелений туризм, отруйні рослини.

Ecotourism is a type of tourism at the places with pristine nature. For to enjoy the trip it's necessary to know poison plants which are needed to avoid. Amog them are: *Daphne mezereum*, *Heracleum*, *Datúra*, *Ambrosius artemisiifolia*, *Atrópa belladónna*, *Hyoscyamus niger*, *Coníum maculatum*.

Keywords: tourism, ecotourism, poison plants.

Феноменом ХХІ століття стала сфера туризму, яка набула глобального характеру та зацікавила тисячі мільйонів людей по всьому світу.

У статті 1 Закону України «Про туризм» № 324/95 ВР від 15.05.1995р., зазначено, що туризм – тимчасово виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місцях перебування [1].

Вагомий внесок в дослідження туризму зробили вітчизняні науковці: А.М. Матвієнко [3], Устименко Л. М. [9], Є. А. Котлярова [2], Я.Б. Олійник [6], В.К. Федорченко [9] та інші.

Різновидами туризму є: авто-мотуризм, велосипедний, внутрішній, водний, діловий, кінний, культурний, музейний, науковий, зелений туризм [9]. Більш детально розглянемо зелений туризм. У 1996 р, група однодумців з Ужгорода, Києва, Сімферополя та Берегово звернулися в Мін'юст з проханням зареєструвати статус Союзу сприяння розвитку сільського господарства. Це і стало початком відкриттям нового виду туризму, а саме зеленого, який передбачає походи у місця з відносно незайманою природою, до цінних у природному відношенні об'єктів з метою отримання



задоволення від перебування на природі, розширення знань про неї та оздоровлення [8].

Походи в природу, які передбачає зелений туризм постають в уяві, лише позитивними моментами, але існує і небезпека для здоров'я – отруйні рослини, які своєю красою можуть вбити. Серед них: Вовчі ягоди (*Daphne mezereum*), Борщівник (*Heracleum*), Дурман (*Datura*), Амброзія полинолиста (*Ambrosius artemisiifolia*), Беладона (*Atropa belladonna*), Блекота чорна (*Hyoscyamus niger*), Болиголов плямистий (*Conium maculatum*).



Рис. 1. Вовчі ягоди звичайні



Рис.2. Борщівник

Daphne mezereum (рис.1.) – лісовий кущ заввишки до 1,5 м частини, якого містять сильнодіючі дафнетоксини: дафнін, коконін – алкалоїди, мезерейн – токсичну смолу. Вовчі ягоди не їдять навіть тварини. Смертельна доза для людини є 10-15 ягід, які мають дуже привабливий яскраво-червоний колір.

Симптоми отруєння проявляються впродовж кількох годин після споживання – це тремтіння рук, розширення зіниць очей, набряк слизових оболонок ротової порожнини і носоглотки, їх крововиливи, блювота, пронос, непримітність і можлива смерть.

При першій допомозі перш за все необхідно зробити промивання шлунка.

Heracleum (Рис. 2) отруйна рослина висотою до двох метрів, зростає вздовж доріг, біля водойм, на галевинах та пустирях. Його листя та інші частини стебла можуть викликати небезпечні опіки при яких піднімається температура, починається лихоманка, з'являються виразки. Після лікування на їх місці залишаються темні плями.

При ураженні ділянок тіла потрібно ретельно промити водою місце контакту із застосуванням мила або густої піни. Якщо з'явилися пухирі, то мочити їх не слід. Необхідно приховати пошкоджені ділянки від будь-якого попадання сонячних променів, як прямих, так і непрямих. Борщівник чинить серйозну алергійну дію і може привести



до появи загальних і місцевих реакцій, тому необхідно обов'язково примати антигістамінні препарати. Категорично забороняється: самостійно розкривати пухирі, адже це сприяє розвитку інфекції, а також уповільнює відновлювальні процеси.

Datúra (Рис. 3) є однією з найбільш отруйних рослин. Це однорічна трав'яниста рослинна 0,5—1 м висотою з гілястим порожнистим стеблом. Вся рослина отруйна, особливо насіння. Поширені вздовж доріг, стін будівель, а також на пустырях і у відкритій степовій зоні.

Симптомами отруєння є сильний головний біль, сухість у роті, нервове збудження, психічні розклади.

Перша допомога полягає у промиванні шлунку. При лихоманці покласти на голову холодний, мокрий рушник, робити обтирання прохолодною водою. Потерпілого необхідно помістити у темну кімнату. Якщо є ознаки зупинки серця і дихання проводиться комплекс реанімаційних заходів: масаж серця, штучне дихання.



Рис.3. Дурман



Рис. 4. Амброзія поліноміста

Ambrosius artemisiifolia (Рис. 4.) – рослина, що зовні нагадує полин чи коноплю, виробляє отруйний пилок, у період цвітіння, амброзія викликає дуже сильну алергію. Кількох крупинок пилку цілком достатньо, щоб з'явилося запалення очей, утруднення дихання, кон'юктивіт. Амброзія зустрічається на узбіччях автодоріг та вздовж залізничних колій, на закинутих ділянках, а також на схилах, балках, уздовж морських пісканих кіс Азовського моря, в населених пунктах і навіть у заповідниках.

При ураженні пилком необхідно негайно провести полоскання порожнини рота і горла теплим соляним розчином. При необхідності, вжити антигістамінні препарати для полегшення симптомів нежиті, свербіння горла і очей.



Рис. 5. Беладонна звичайна



Рис. 6. Блекота чорна

Atrópa belladónna (Рис. 5.) має високі стебла і багато відгалужень. Зростає у букових, дубових та інших лісах а, також на узліссях, біля річок. Дуже небезпечна для людського організму через присутність в ній атропіну, який є причиною отруєння. Ягоди беладони легко перепутати з іншими їстівними плодами. Загрозу становить і сам сік цієї рослини, який призводить до подразливої реакції.

Перші симптоми з'являються вже на 10-20 хвилині: появя сухості у роті, прискорене серцебиття, почервоніння на шкірі, жар, розширені зіниці, відсутність реакції на зорові подразнення. Як і при будь-якому отруєнні необхідно промити шлунок.

Hyoscyamus niger (Рис. 6.) відрізняється дуже неприємним запахом. Блекота виростає до півтора метра у висоту, має липке листя і великі квіти брудно-білого або жовтуватого кольору з ворсинками. Зростає біля доріг або житлових будинків, на оброблюваних полях. Отруїтися цією рослиною можна спробувавши насіння або молоді паростки.

Ознаки отруєння проявляються вже через 10-20 хвилин: пересиханням у роті, хрипотою, почервонінням шкіри, збільшенням зіниць. При складних випадках можлива втрата свідомості.

Перша допомога при отруенні – промити шлунок розчином марганцівки або водою з порошком з активованого вугілля.



Рис. 7. Болиголов плямистий



Conium maculatum (Рис. 7) має листя схоже на моркув або петрушку, тому його можна не розпізнати. Поширений на пустырях, городах, лісових галявинах, луках, звалищах, біля доріг та заливниць.

Симптоми отруєння головний біль, запаморочення, підвищення тиску, прискорене серцебиття, нудота, розширені зіниці, бліда шкіра, поява судоми і навіть висхідний параліч. Також є ризик померти від задухи. А в результаті контакту зі шкірою з'являється дерматит.

При першій допомозі хворому необхідно промити шлунок та дати сорбенти (активоване вугілля, смекта, полісорб), забезпечити повний спокій.

З кожним днем зелений туризм набуває все більшої популярності. Тому щоб зробити відпочинок не тільки корисним але і безпечним, необхідно готовуючись до подорожі, ознайомитися за допомогою визначників рослин із найнебезпечнішими представниками рослинного світу, що трапляються в районі наміченого маршруту, бо царство флори є незвіданим і таємничим.

Список використаних джерел: 1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. 2. Котряров Е.А. Географія відпочинку і туризму формування та розвиток територіальних рекреаційних комплексів / Е.А. Котряров – М:Думка 1978 – 238 с. 3. Матвієнко А.Т. Науково-практичний коментар до Закону України «Про туризм» / А.Т. Матвієнко, І.В. Приянчук, М.А. Лесик, В.В. Андрейцев – К.: Науково-дослідний інститут туризму та курортів, 2006. – 212 с. 4. Медична біологія: Посібник з практичних занять/ О.В Романенко, М.Г. Кравчук, В.М. Грінкевич та ін.; за ред. О. В. Романенка. – К.: Здоров'я, 2005. – 372 с. 5. Отруйні рослини, про які варто знати. <http://ridna.ua/2016/06/orputuvannya-pokazalo-zvyazok-mizh-dostatkom-simji-ta-uspishnistyuyuchnya-v-shkoli> 6. Олійник Я.Б. Стратегія сталого розвитку туризму в Україні: географічний підхід / Я.Б. Олійник, П.Г. Шищенко, О.О. Любіцьєва та ін. // Географія в інформаційному суспільстві: Зб. наук. праць. – К.: Обрій, 2008. – Т.1. – С. 191-199. 7. Перша допомога при отруєнні. <https://medport.in.ua/enc/otrunnya.html> . 8. Федорченко В.К. Історія туризму в Україні / В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова – К.: Вища школа, 2002. - 195 с. 9. Устименко Л.М. Туризм і культура відпочинку – один із чинників формування світогляду молоді / Л.М. Устименко // Соціалізація особистості: Зб. наук. пр. Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова. – К.: Логос. – 2000. – Вип. 2. – С.3-10.



Філь М. І., к.т.н., доцент

Холявка В. З., к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури

Коропецька Т. О., к.е.н., доцент

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ЛЬВІВЩИНІ

У статті охарактеризовується порівняльний аналіз зеленого туризму в Україні та Львівській області. Кількість садиб в одиницях, її середня місткість, кількість розміщених осіб, тривалість перебування туристів, а також середня тривалість перебування туристів.

Ключові слова : садиба, зелений туризм, турист, Львівщина.

The article describes a comparative analysis of green tourism in Ukraine and Lviv region. The number of farmsteads in units, its average capacity, the number of people placed, the length of stay of tourists, as well as the average length of stay of tourists.

Key words: farmstead, green tourism, tourist, Lviv region.

Сьогодні зелений туризм в Україні зацікавлює своєю самобутністю і побутом. Багатьох зацікавлює вивчення місцевих культур і традицій, історична і архітектурна спадщина. В кожній області і районі є достатньо відмінностей. Починаючи від побуту в оформлення будинків, закінчуючи різноманіттям ремесел. Ще дуже важливим є принциповий підхід жителів невеликих сіл, так званий домашній ідеал, коли вся їжа готується з домашніх продуктів, коли навколо тільки чисті мінеральні родовища.

Сільський турпродукт (комплекс послуг сільського зеленого туризму, агротурпакет послуг) — це сукупність послуг нічліжного, гастрономічного, екскурсійного й відпочинково-розважального обслуговування, які пропонує власник агрооселі (агропансіонату).

За даними компанії Бізнес-ресурс 35% міського населення Європи надають перевагу відпочинку на природі, переважно в сільській місцевості. Розвиток сільського зеленого туризму не тільки допомагає збереженню природних територій і забезпечує роботою місцеве населення, а й сприяє поповненню бюджету регіонів. Наприклад, у Франції дохід від зеленого туризму до загальнодержавного бюджету становить понад 1 млрд. євро., а до бюджетів регіонів – 2 млрд. євро, у бюджеті Сербії він перевищує 100 млн. євро, або 15% надходжень від



видів туризму, що розвиваються в країні. Ці дані свідчать, що великі перспективи за належної організації туристичного бізнесу, залучення різних вікових груп споживачів, що у свою чергу здатне створити передумови для сталого розвитку регіону і країни в цілому. Найбільш пріоритетними районами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є такі: західний регіон - Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька області; південний регіон - АР Крим, Запорізька, Миколаївська, Херсонська області; центральний і північний регіони - Київська, Полтавська, Чернігівська області. Велика роль у розвитку сільського зеленого туризму належить Спілці сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка збирає дані з різних регіонів країни, проводить конференції та тематичні виставки з метою популяризації відпочинку в українському селі, сприяє розвитку сільської інфраструктури, збереженню існуючого культурного та історичного надбання Українського народу.

Нами проаналізовано порівняльний аналіз зеленого туризму на Львівщині. Дані наведені нижче у табл. 1. [1, с. 35]

Таблиця 1

Основні показники сільського (зеленого) туризму

Показники	2014	2015	2016
Україна			
Кількість садіб, одиниць	233	235	375
Середня місткість садіб, місць	13,5	12,7	13,2
Кількість розміщених, осіб	39311	49253	79891
Тривалість перебування туристів, ліжко-днів	93341	106233	200709
Середня тривалість перебування туристів, днів	2,4	2,2	2,5
Львівська область			
Кількість садіб, одиниць	23	12	16
Середня місткість садіб, місць	13,9	13,4	17,6
Кількість розміщених, осіб	5227	2201	2003
Тривалість перебування туристів, ліжко-днів	19297	10755	12535
Середня тривалість перебування туристів, днів	3,7	4,9	6,3

Згідно таблиці бачимо, що майже усі показники суттєво збільшені у 2016 році.

Нижче на рис. 1. наведено розподіл садіб за районами та містами у 2016 році, у % до загальної кількості.



Рис. 1. Розподіл садіб за районами та містами у 2016 році,
у % до загальної кількості

Розвиток «зеленого» туризму у Львівській області вже в найближчій перспективі дозволить краще реалізувати її ресурсний потенціал, забезпечити роботою місцеве населення, збільшити надходження до бюджету, накопичити фінансові ресурси, які будуть направлені на захист навколошнього природного середовища, створити передумови для сталого розвитку регіону в цілому і його окремих територій.

Сільський туризм є одним із найперспективніших напрямів розвитку аграрного сектору економіки України та може стати поштовхом для розвитку малого та середнього бізнесу на селі. Його розвиток також сприятиме збереженню культури і духовності українського народу, це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про неї у світі.

Також зелений туризм є чи не єдиною можливістю вирішити соціально-економічні проблеми українського села, а саме подолати безробіття, зменшити міграційні процеси, підвищити рівень життя сільського населення тощо.

Список використаних джерел: 1. Державна служба України. Головне управління статистики у Львівській області / Колективні засоби розміщення та туристична діяльність у Львівській області 2016 / Статистичний збірник.-Львів.-2017.-С. 51.



5. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

УДК 338.48

B.B. Джинджоян, к.е.н.

Дніпровський гуманітарний університет

СТВОРЕННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСУ НА ТЕРЕНАХ ДНІПРОПЕТРОВЩИНИ

Вивчено історичну спадщину місцевості. Визначено перелік історико-культурних об'єктів та пам'яток, що підлягають реконструкції. Розроблено робочий план першочергових заходів, спрямованих на виконання організаційно-правових, археологічних та архітектурних робіт щодо створення історико-культурного комплексу.

Ключові слова: історико-культурний комплекс, формування іміджу, туризм, екскурсійна діяльність.

The historical heritage of the area is studied. The list of historical and cultural objects and monuments to be reconstructed is determined. Work plan of priority measures aimed at carrying out organizational-legal, archaeological and architectural works on creation of historical and cultural complex.

Keywords: historical and cultural complex, formation of image, tourism, excursion activities.

Дніпро – місто, яке, в силу різноманітних історично обумовлених обставин, позбавлено своєї історико-культурної ідентичності. У свідомості пересічного громадянина України і, навіть, мешканця міста, Дніпро – це велике індустриальне місто без минулого, без знакових подій, без яскравих персонажів. Відсутність в межах міста розбудованих об'єктів, що несуть в собі символічну складову, унеможливило формування історико-культурного ландшафту, покликаного виконувати виховну та освітню функції. Місто залишається без власного «урбаністичного міфу», здатного формувати міську ідентичність та творити імідж міста на загальнодержавному та міжнародному рівнях. Як результат, в Дніпропетровську відсутня така знакова для постіндустріального суспільства галузь як туризм.

Формування іміджу міста повинно відбуватися шляхом системної розбудови об'єктів історичного, культурного, духовного спрямування, як-то: етнографічні парки, історико-культурні комплекси, музеї, парки тощо. У своїй сукупності вони повинні створювати єдиний історико-культурний ландшафт, привабливий як для мешканців міста так і для його гостей (туристів). Створення мережі подібних об'єктів



стимулюватиме розвиток міської туристичної інфраструктури й формування нової галузевої спеціалізації.

В межах м. Дніпропетровська знаходяться залишки одного з найстаріших поселень міського типу в регіоні – козацька фортеця Стара Самарь. Протягом XVI – XVIII ст. фортеця була одним з ключових військово-політичних та адміністративних центрів регіону, осередком запорозького козацтва й неодноразово згадується в історичних документах (див історичну довідку). На даний момент залишки фортеці представляють собою систему земляних фортифікаційних споруд (валів). Ступінь збереження задовільна. Розташовується об'єкт в районі селища ім. Т. Шевченка Самарського району, в межах території віднесененої до категорії зелених насаджень загального користування. Орієнтована площа 50 га. Реконструкція фортеці та створення на її основі історико-культурного центру сприятиме: формуванню міської ідентичності, конструюванню іміджу міста як культурного та історичного центру в південно-східному регіоні України; патріотичному виховання громадян та розвитку туристичної галузі. Реконструкція фортеці та повинна відбуватися виключно на наукових засадах.

До основних завдань відносяться:

1. Адміністративно-правове забезпечення проекту.
2. Проведення науково-дослідницької роботи.
3. Реконструкція археологічних та історико-культурних об'єктів та пам'яток.
4. Створення туристичної інфраструктури.
5. Освітня та патріотично-виховна діяльність.
6. Господарська діяльність.

Реалізація проекту повинна здійснюватися на основі КП «Етнографічні парки Дніпра». Першочерговими завданнями є:

- оформлення земельної ділянки в органах Держгеокадастру (присвоєння кадастрового номеру), винесення меж земельної ділянки в натуру (встановлення межових знаків, в районі межування з цвинтарем побудова паркану);

- включення комплексу до Генерального плану м. Дніпро та іншої містобудівної документації;

- розробка та затвердження проектної документації історико-культурного комплексу в Головному АПУ (планувальна структура, функціональне зонування, розміщення громадських будівель та споруд, інших об'єктів загального користування), залучення до проектування об'єктів комплексу спеціалістів історичного профілю.



- розробка та затвердження відповідної проектної документації та укладання договорів з КП «Дніпроводоканал», ПАТ «Дніпроенерго», Головним управлінням ДСНС в м. Дніпро, з виконавцями послуг з вивезення твердих побутових відходів, Дніпропетровською міською санітарно-епідеміологічною станцією та іншими організаціями й установами;

- розробка та затвердження бюджетної програми;
- розробка та затвердження структури та штатного розкладу історико-культурного комплексу;
- отримання дозволу та проведення археологічних досліджень в місцях забудови;
- з метою популяризації проекту та пошуку осіб готових на громадських засадах надавати допомогу створити сайт фортеці;
- суттєвим недоліком проекту є відсутність зручних шляхів сполучення з більшістю районів м. Дніпропетровська, що, відповідно, потребує створення дорожньої інфраструктури.

Реконструкція об'єктів історико-культурного комплексу повинна здійснюватися виключно на науковій основі.

Задля цього необхідно створити Наукову раду історико-культурного комплексу, до складу якої залучити фахівців з історії (передусім козакознавців, археологів, етнографів, краєзнавців), інших наук, митців, архіекторів, журналістів тощо. Метою Ради є науковий супровід проекту:

- надання практичних рекомендацій щодо типу, розташування, технології виконання об'єктів комплексу, визначення архітектурних форм;
- організація та проведення наукових конференцій, семінарів, з'їздів, лекцій;
- проведення наукових досліджень;
- популяризація проекту в ЗМІ.

Рада мусить функціонувати на громадських засадах. В штаті історико-культурного комплексу передбачити Науковий відділ, завданням якого буде всебічне системне вивчення фортеці та подальша публікація результатів досліджень у наукових та науково-популярних виданнях; активна участь в реконструкції та побудові об'єктів комплексу. За результатами евристичної діяльності Наукового відділу створити історико-краєзнавчий музей.

На основі археологічних, архівних, бібліотечних робіт проводити роботу з виявлення, всебічного вивчення, реконструкції, консервації історико-культурних об'єктів.



Проект передбачає зонування території комплексу з відповідним наповненням істотно-культурними об'єктами: зона «Фортеця»; зона «Місто»; зона «Музей».

Туристична, освітня та патріотично-виховна діяльність повинні стати основою діяльності комплексу. Необхідно організувати: систематичне проведення екскурсій школярів, студентів, військовослужбовців, туристів; проведення урочистих заходів присвячених видатним подіям та святам; організацій майстерень народних промислів; організація дитячих секцій, гуртків, центрів; поліграфічна діяльність: розробка та друк буклетів, брошур тощо; проведення загальноукраїнських і міжнародних музичних, мистецьких, ре конструкторських фестивалів та з'їздів; організація та проведення спортивних змагань; залучення до функціонування комплексу громадських активістів та громадської організації.

З метою створення історико-культурного комплексу «Фортеця Стара Самаря» необхідно виконати наступні роботи:

1. На основі КП «Етнографічні парки Дніпра» провести організаційно-правові заходи, як-то: оформлення земельної ділянки в органах Держгеокадастру (присвоєння кадастрового номеру), внесення меж земельної ділянки в натуру (встановлення межових знаків, в районі межування з цвинтарем побудова паркану); включення комплексу до Генерального плану м. Дніпропетровська та іншої містобудівної документації; розробка та затвердження проектної документації історико-культурного центру в Головного АПУ (планувальна структура, функціональне зонування, розміщення громадських будівель та споруд, інших об'єктів загального користування); залучення до проектування об'єктів комплексу спеціалістів історичного профілю; розробка та затвердження відповідної проектної документації та укладання договорів з КП «Дніпроводоканал», ПАТ «Дніпроенерго», Головним управлінням ДСНС в м. Дніпро, з виконавцями послуг з вивезення твердих побутових відходів, міською санітарно-епідеміологічною станцією та іншими організаціями й установами; розробка та затвердження бюджетної програми; розробка та затвердження структури та штатного розкладу історико-культурного комплексу; отримання дозволу та проведення археологічних досліджень в місцях забудови; з метою популяризації проекту та пошуку осіб готових на громадських засадах надавати різнопланову допомогу створити сайт фортеці; суттєвим недоліком проекту є відсутність зручних шляхів сполучення з більшістю районів м. Дніпропетровська, що, відповідно, потребує створення оружної інфраструктури.



2. Створити Раду наукового забезпечення проекту, до складу якої залучити фахівців з історії (передусім козакознавців, археологів, етнографів, краєзнавців), митців, архітекторів, журналістів тощо. Робота Ради повинна базуватися виключно на наукових засадах. Метою Ради є науковий супровід проекту: надання практичних рекомендацій щодо типу, розташування об'єктів комплексу, визначення архітектурних форм, проведення наукових конференцій, семінарів, з'їздів тощо, проведення наукових досліджень, забезпечити популяризацію проекту в ЗМІ. Рада мусить функціонувати на громадських засадах.

3. Залучити до виконання проекту громадські організації (на кшталт козацтва).

4. Розробити туристичну частину проекту (з фахівцями з Дніпровського гуманітарного університету).

5. З метою популяризації проекту та пошуку осіб готових на громадських засадах надавати допомогу в реалізації проекту створити сайт фортеці.

Список використаних джерел: 1. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V Features and new trends in the provision of services by ukrainian tourism companies. / 3rd Internaional Conference on Marketing Management – MM2017. [Electronic resource] – [access mode]: <http://www.wne.sggw.pl/event/international-conference-on-marketing-management-mm2017/>. 2. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., & Samoilenko, A. (2016). Global Innovations in Tourism. Innovative Marketing, 3(12), 45-50. 3. Передпроектні пропозиції створення історико-культурного комплексу «Стара Самаръ» на території пам'ятки історії національного значення «Новобородницька фортеця» / Колектив авторів. – Дніпро: ДГУ, 2017. – 180 с. (з кресленнями).



B.V. Лехкар, студент

I.B. Крупіца, к.е.н., доцент

Одеська національна академія харчових технологій

ЕТНІЧНИЙ ТУРИЗМ У ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ. СТРУКТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ, ПЕРСПЕКТИВИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена дослідженняю етнічного туризму та виявленню проблем і перспектив його розвитку на прикладі Одесського регіону України. Охарактеризовано основні етнотуристичні ресурси Одесського регіону. Проаналізовано проблеми розвитку етнічного туризму в регіоні та окреслено перспективи їх подолання.

Ключові слова: етнічний туризм, Одеський регіон, структура, проблеми, етнічні групи.

The article is devoted to the study of ethnic tourism and the identification of problems and prospects for its development on the example of the Odessa region of Ukraine. The main ethno-tourist resources of the Odessa region are characterized. The problems of development of ethnic tourism in the region are analyzed and prospects of their overcoming are outlined.

Keywords: ethnic tourism, Odessa region, structure, problems, ethnic groups.

Постановка проблеми. Сучасний туризм стрімко розвивається, з'являються нові, інколи досить специфічні його види, до яких відносять і етнічний туризм (етнотуризм). Україна має хороші перспективи для розвитку етнічного туризму, що базуються на багатьох історико-культурних туристичних ресурсах, які включають 152 тис. пам'яток культурно-історичної спадщини, з яких 56 тис. – пам'ятки історії, 7 тис. – пам'ятки монументального мистецтва, 51 тис. пам'яток археології; близько 15 тис. – пам'ятки містобудування та архітектури. Нерухомі святыні зберігаються просто неба, інші пам'ятки історії, матеріальної та духовної культури нації – у музеях України. [1]

Частина згаданих історико-культурних об'єктів розташована на території Одесського регіону, який до того ж відомий своєю етнокультурною різноманітністю та збереженням більшості традицій та звичаїв місцевого населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці етнічного туризму в Україні присвячені праці таких учених, як Л. Божко, І. Бочан, О. Кузьмук, І. Кулаковська, О. Любіщева, С. Муравська, Б. Чаплінський, Л. Черчик та ін. Водночас в останні роки дослідження



етнічного туризму у різних галузях вітчизняної науки суттєво активізувалися. Зокрема, теоретико-методологічні проблеми етнічного туризму в Україні аналізує у своїй праці [2] О. Дутчак (2013). В. Рожнова та Н. Терес (2013) розглядають підходи до трактування етнічного туризму та аналізують зарубіжний і вітчизняний досвід його організації [3, 4].

Постановка завдання. Із урахуванням цього, на наш погляд, назріла необхідність як в узагальненні наявних підходів до обґрунтування місця та ролі етнічного туризму у туристичному комплексі держави, так і в розробці цілей і напрямів реалізації конкретних проектів розвитку етнотуризму в найбільш перспективних із цієї точки зору регіонах. Саме виходячи із таких міркувань, було визначено завдання нашого дослідження, яке полягає у виявленні проблем і перспектив його розвитку на прикладі Одеського регіону України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Етнічний туризм – різновид туризму, який здійснюється туристами на місця свого історичного проживання. Поєднання туризму і етнографічної експедиції, що дозволяє ознайомитись з культурою й історією місцевого населення, збагатити духовний розвиток, піznати традиції народу на рідних територіях та побуди наодинці з природою краю. У корінного жителя етнотуризм пробуджує любов до власної культури, рідної мови, мистецтва, своєї землі.

Уперше термін «етнічний туризм» було вжито у 1977 р. В. Смітом, який трактував його як подорожі для вивчення культури та життя рідкісних чи екзотичних народностей (етнічних груп).

Власне таке первісне розуміння етнічного туризму і є панівним у світовій науці. Водночас, в окремих країнах, у тому числі і в Україні, поняття етнічного туризму часто ототожнюють із ностальгійним туризмом. Таку ситуацію, зокрема, пояснюють тим, що туристи, які зацікавлені звичаями та культурою певного етносу, в першу чергу, хочуть дізнатися про ті народності, з якими в них є хоча б які-небудь генетичні зв’язки [3, с. 36].

На наш погляд, етнічний туризм варто розглядати як один із різновидів культурного туризму, що пов’язаний із ознайомленням з традиційними культурно-побутовими особливостями життя населення дестинацій. У такому сенсі складовими етнічного туризму можуть бути етнографічний, релігійно-пізнавальний, ностальгійний, агротуризм та ін.

Етнографічний туризм за змістом є центральною складовою етнічного туризму, адже передбачає ознайомлення із особливостями



життя та традиціями місцевого населення, у тому числі із науковою та освітньою метою

Отже, незважаючи на складну структуру та функціональні зв'язки із іншими видами туристичної діяльності, етнічний туризм усе-таки може розглядатися і як самостійний об'єкт наукових досліджень, і як критерій диференціації туристичного продукту у практиці туроперейтингу.

Україна має хороші перспективи для розвитку етнічного туризму, що базуються на багатьох історико-культурних туристичних ресурсах. Одеський туристичний регіон є багатим на етнічні ресурси, так як на території регіону проживає багато різноманітних етнічних груп, які володіють унікальними культурними надбаннями та можуть бути об'єктами етнічного туризму.

До складу етнотуристичних ресурсів входять окрім об'єктів, створені етносами, що перебували на даній території у доісторичний період розвитку. Вони становлять етно-історичний субстрат сучасних етнічних ландшафтів.

Відповідно до результатів Яського (1792 р.) та Бухарестського (1812 р.) мирних договорів між Російською та Османською імперіями, до складу Російської імперії увійшла Південна Бессарабія. Після остаточного звільнення території Одеїчини від кочівників, її заповіднення відбувалось шляхом стихійної та урядової колонізації.

Шляхом стихійної колонізації була заснована більшість українських, молдавських та російських поселень. Їх мешканцями ставали самовільні переселенці - казенні та кріпосні селяни, які тікали від своїх поміщиків, солдати у відставці, старообрядці, сектанти. Українські етнічні ландшафти розміщені по всій території регіону і є найбільш чисельними, серед них можна виділити поселення, пов'язані з українськими козаками.

По території Одеської області проходить значна частина етнічної межі між українським і молдавським народами, яка ускладнюється наявністю давніх досить потужних анклавів (молдавських на українській етнічній території і навпаки) по обидва його боки. Молдавські етнічні ландшафти сконцентровані в Подільському, Ананьївському, Окнянському, Тарутинському, Саратському, Ізмаїльському, Ренійському та інших районах.

Російські ландшафти знаходяться у Великомихайлівському, Арцизькому, Саратському, Кілійському та Ізмаїльському районах. У Придунав'ї зосереджені поселення, засновані представниками особливого субетносу російського народу – росіянами-старообрядцями, серед яких значну частину становили особи



козацького стану – некрасівці. Це Кілія, Липованське (зараз Вилкове), Жебріяни (Приморське), Карячка (Мирне), Подковка (Василівка) Кілійського району, Ізмаїл, Муравльовка, Нова та Стара Некрасівка Ізмаїльського району.

Важливою складовою ресурсів етнічного туризму є населені пункти, засновані завдяки зовнішній колонізації краю у XIX столітті. Поблизу Одеси знаходилось дві компактні групи німецьких поселень, до складу яких входило 16 колоній - Кучургакська та Лібентальська. На території Дунай-Дністровського межиріччя німцями було засновано 23 населених пункти. Населення з усіх німецьких поселень було депортоване під час Другої світової війни, тому німецькі етнічні ландшафти на Одещині відсутні.

Близько 40 поселень було засновано так званими задунайськими колоністами на територіях Болградського, Арцизького, Ізмаїльського, Тарутинського та інших районів Одещини, переважна більшість з них є болгарськими, виняток становлять албанське село Жовтневе (Каракурт), болгаро-гагаузькі села Виноградівка (Курчі), Новоселівка (Єнікіой) Кілійського району, гагаузькі села Олексandrівка (Саталик-Хаджи) та Дмитрівка Болградського району.

Окремий комплекс етнічних артефактів представляє топонімічна система Одещини. Йдеться перш за все про ойконіми перенесені з територій виходу переселенців (німецькі – Мангейм, Страсбург, Баден, Нейбург та ін., болгарські – Бургуджи, Главані, Вайсал тощо), які можуть бути основою для встановлення братських, культурних, освітніх та інших зв’язків між відповідними населеними пунктами. Багато колоній задунайських переселенців до перейменування мали тюркські назви, тобто вказували на історичний етап, пов’язаний з перебуванням тут племен кочівників. Відновлення історичних назв поселень, або хоча б їх використання при найменуванні фольклорних колективів, закладів харчування та розміщення і т. п. безперечно сприятиме підвищенню рівня туристичної привабливості регіону.

Чотири колонії на території області було засновано чехами. Це Мала Сиротинка (зараз с. Веселинівка) Березівського району, Мала Олександрівка Подільського, Новосамарка Окнянського, Сиротинка Миколаївського районів.

З інформації, наданої експертами, можна зробити висновок, що з усіх представлених поселень, німецький етнічний туризм набуває організованих форм (розробляється спеціальний маршрут по



німецьким колоніям поблизу Одеси, створюється мережа етнографічних музеїв-садиб). Жителі колишніх німецьких колоній активно приймають у своїх оселях німецьких туристів.

На території Бессарабії вже сформована мережа «зелених садиб» з національною специфікою, діють краєзнавчі музеї, традиційними стала ціла низка фестивалів та інших масових заходів, на ринку туристичних послуг функціонують місцеві туристичні фірми, які серед інших надають послуги у сфері етнічного туризму. Даний підвид туризму знайшов відображення у програмах та стратегіях розвитку районів.

Незважаючи на те, що Одеський регіон активно використовується вітчизняними туроператорами для організації турів різної спеціалізації, частка власне етнічних турів у загальному асортименті навіть спеціалізованих туристичних компаній є невеликою. Водночас, попит на етнічні тури територією регіону є досить високим серед іноземних туристів.

Очевидно, що для того, щоб задоволити наявний попит на етнічні тури територією регіону, необхідно вирішити низку проблем, які стримують розвиток цього виду туризму, серед яких:

- нерозробленість нормативно-правової бази розвитку етнічного туризму, відсутність відповідної стратегічної документації;
- маловідомість етнотуристичних ресурсів Одеського регіону України як серед туристів, так і серед організаторів туристичної діяльності;
- асиміляція більшості етнічних груп та уніфікація брендингу перспективних із точки зору розвитку етнотуризму територій;
- відсутність единого підходу та державної підтримки в організації історико-краєзнавчої діяльності як важливого засобу популяризації етнотуристичних ресурсів держави;
- нестача фахівців з організації етнічного туризму у зв'язку із неналагодженістю їх підготовки у системі вищої освіти;
- низький рівень безпеки та інфраструктурного забезпечення етнічних турів у регіоні.

Висновки. Зазначені проблеми можуть бути вирішеними лише за умови об'єднання зусиль туристичних підприємств, громадських організацій, закладів науки та освіти, місцевих громад та органів влади. Водночас, на наш погляд, у сучасних умовах соціально-економічного розвитку України навіть за умови такого об'єднання швидких результатів очікувати не доводиться. Основні причини цього – загальне зниження попиту на туристичні послуги, низька пріоритетність питань розвитку туризму у рішеннях органів



центральної влади та можлива переорієнтація туристичних потоків у зв'язку із впровадженням безвізового режиму з країнами ЄС. Поряд із цим саме етнічний туризм дозволяє успішно поєднувати орієнтацію як на внутрішнього, так і на міжнародного туриста, а також має хороші перспективи як засобу підвищення конкурентоспроможності місцевих громад у депресивних районах України. Неабияке значення, особливо на прикордонних територіях, має також ностальгійний етнічний туризм, передумови для розвитку якого склалися історично. Популяризації етнотуризму може також сприяти оновлення його організаційних форм, а саме впровадження пригодницьких, розважальних елементів у традиційні етнічні тури, що має привести до збільшення частки молоді серед їх учасників.

Список використаних джерел: 1. Короткий енциклопедичний словник з культури. – К.: Україна, 2003. 2. Дутчак О. Теоретико-методологічні проблеми українського етнотуризму: історіографія / О. Дутчак // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Історія. – 2013. – Вип. 23-24. – С. 318-322. 3. Рожнова В. Проблеми та перспективи розвитку етнотуризму: зарубіжний та український досвід [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eine_2013_39_8.pdf. 4. В. Рожнова, Н. Терес // Етнічна історія народів Європи. – 2013. – Вип. 39. – С. 35-44.



УДК 338.48:332.14

М.С. Мельничук, к. філос. н., доцент

Національний університет водного
господарства та природокористування, м. Рівне

САКРАЛЬНЕ ЗОДЧЕСТВО В ГЕОПРОСТОРИ ХРИСТИЯНСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Автор намагається окреслити місце та роль сугестивних якостей культової архітектури на геопросторових теренах християнської культури. На думку дослідника, сакральне зодчество не просто пов'язує полюси реального та ідеального, але і відтворює усю діалектичність їх взаємодоповненості, що в свою чергу формує туристичний інтерес як до Рівненщини, так і до усієї України.

Ключові слова: зодчество, сакральна архітектура, культові споруди, геопростір, християнство.

The author tries to outline the place and role of suggestive qualities of religious architecture in the geospatial areas of Christian culture. According to the researcher, sacred architectonics does not simply connect the poles of the real and the ideal, but also reproduces all the dialectic of their complementarity, which in turn forms a tourist interest both in the Rivne region and in the whole of Ukraine.

Key words: art of building, sacred architecture, religious buildings, geospatial, Christianity.

Ще в I ст. до н.е. відомий римський теоретик архітектури Вітрувій, автор "Десяти книг про архітектуру", писав, що в цьому мистецтві виступають в єдності «firmitas (міцність конструкції), utilitas (користь), venustas (краса)» [1, с. 3], тобто в архітектурі вибудовується органічний взаємоз'язок матеріально-конструктивної, соціально-функціональної й ідейно-естетичної (художньої) сторін. Головне призначення архітектурних споруд загалом – служити просторовим середовищем для соціальних процесів (праці, побуту, культури, релігійного культу чи інших потреб), зумовлених життям та інтересами даної спільноти. При цьому багатоманітні потреби суспільства минулих епох настільки тісно перепліталися, що культові споруди виконували не лише безпосередньо призначені їм функції, але й були поліфункціональними спорудами. Наявність у будов давніх і середньовічних храмів не лише основних для них культових функцій – факт широко відомий. Багато трапезних і навіть дзвіниці церков виконували й цілком світські функції. Широке охоплення релігійними впливами різноманітних сторін суспільного життя передбачало, що змістом цих «освячуваних» форм



життєдіяльності були релігійні обряди, але вони символізували і включали в ці форми й зміст побутових, політичних, культурних і багатьох інших соціальних процесів. У культових спорудах в середні віки відбувалися не лише релігійні церемонії. Так, у готичних соборах тоді служили не тільки меси, а й проводили збори міщан, цехові зібрання ремісників, іноді влаштовували громадські диспути (й не лише на богословські теми), розігрували морально-повчальні вистави (містерії) й навіть укладали торгові угоди. Так було і в Західній Європі, й у Давній Русі, де в середні віки церкви довгий час були, мабуть, поруч із феодальними замками й міськими фортецями, архітектурними спорудами, які мали широке громадське призначення. окремі церковні споруди й комплекси відігравали у воєнні часи й оборонну роль. Відомо, що при спустошливому нашесті татаро-монгольських орд останні захисники Києва геройчно загинули у зруйнованій і спаленій після тривалої осади Десятинній церкві. Храми слугували також місцями зберігання скарбів. Як свідчать історичні факти, іноді в храмах зберігалися й багатства бояр і купців, тобто культова будівля була своєрідним місцем зберігання багатств – церковних і світських. Іншими словами, в архітектурно-образній виразності культових споруд часто проявлялось яскраво виражене громадянсько-світське, а не тільки містично-релігійне начало.[3, с. 118]

Бувало, що сакральні функції культових споруд загалом атрофувалися. Так сталося з давньогрецьким храмом Парфенона в Афінах чи церквою святої Женев'єви (Пантеоном) в Парижі, собором Святої Софії в Києві, мечетями у Самарканді, Ісаакіївським собором у Санкт-Петербурзі та ін. Вони перестали бути культовими спорудами, але функціонують як архітектурні пам'ятки.[5]

Але загалом в храмах виконуються покладені функції релігійно-проповідницькі, богослужбово-обрядові, тобто культові за своїм основним соціальним змістом. Саме ці функції детермінують архітектурно-просторовий зв'язок і водночас демаркацію сакральної частини храму (святилища, вівтаря) і місця, призначеного для пастви. Тобто в храмі повинне бути місце як для релігійної проповіді священнослужителя, так і для групових обрядів й індивідуальної молитви. Будь-який храм забезпечує умови для цього містичного єднання людини з Богом і в цілому відіграє роль речового знака присутності духовного світу для віруючих.[4]

При цьому кожен храм, залежно від конфесійної принадлежності, має свою специфіку. Так, православний храм в його найоптимальнішому наближенні до канонічного варіанта представляє собою чотиристовпну, триапсидну однокупольну будівлю. Квадратне у плані приміщення



розділене чотирма стовпами на дев'ять осередків, з яких п'ять (включаючи центральний, перекритий куполом) утворюють у плані рівносторонній хрест. Це і є хрещато-банний (хрестово-купольний) осередок, що склався у Візантії ще у VII-IX століттях. Із східної сторони додаються найчастіше три апсиди; в середній з них і розміщено вівтар (олтар). Вдалим прикладом, на нашу думку, можуть слугувати старовинні сакральні святилища Рівненщини: Свято-Успенська церква (XVIII ст.), Свято-Троїцький жіночий монастир (XVII ст.) тощо. По лінії східної пари внутрішніх стовпів у давніх храмах розташовувалася невисока стінка – вівтарна перегородка. Згодом вона розвинулася в багатоярусний іконостас з трьома «вратами» – центральними (або "райськими"), східними й західними. Наявність цієї чітко вираженої перегородки, що ділить простір храму на дві частини, і становить найважливішу особливість православної культової будівлі. Простір перед іконостасом символізує «світ видимий», а за ним – олтар, «світ горній», вищий, небесний. За іншим тлумаченням, передня частина храму втілює "видиме людське ество Христа", а у вівтарі передбуває "божественна сутність" Боголюдини. Осереддям вівтарного простору є власне олтар (престол), зведеній на «горньому» (узвищенному) місці й увінчаний так званим ківорієм сінню, що спирається на чотири колонки. У центрі підкупольного простору у східних церквах розташована висока кафедра – амвон. Між цими двома центрами – від олтаря до амвону і знову до олтаря – й розгортається християнське богослужіння. Вважають, що воно бере початок безпосередньо від античної грецької драми й успадкувало її видовищність, декламаційний лад і насиченість явними й прихованими символами.

Близьке до цього смислове навантаження несе й католицький храм. Тут, в свою чергу, згадаємо Благовіщенський костел (XVII ст.) у селищі Клевань, що на Рівненщині. Котрий завжди був у колі як і науково-дослідницьких інтересів, так і туристичних. Вже на зорі свого становлення католицька церква, намагаючись розробити найефективніший тип богослужіння, не могла не враховувати властиве людині прагнення до спілкування. Однією з художніх форм, яка могла найповніше задовольнити це прагнення, була антична трагедія. І церква бере від неї все, що може задовольнити це прагнення, зрозуміло – в рамках богослужіння. Вона привласнює собі не лише здатність трагедії створювати ефект співучасти глядачів, але й інтер’єр, обстановку, характерну для античного театру. Справді, центральна стіна храму представляє собою не що інше, як задню частину грецького театру: той же фасад з трьома дверима, з яких головні – "царські ворота" – відрізняються особливо розкішним оздобленням. Клироси – це узвищенні



бокові частини оркестри, на якій розташовувався хор. Навіть число осіб, що беруть участь у богослужінні, відповідає числу акторів у грецькій трагедії: протагоніст перетворився в священика, девтерагоніст – у диякона, тритагоніст – у псаломщика. А саме богослужіння складається не лише з молитов, але й із «дійств» антагоністів, що представляють собою інсценізацію євангельських історій.

Отже, можемо вважати, що сакрально-ідейна змістовість в процесі проектування культових споруд у християнському зодчестві відігравала значну роль не лише у сугestивній наповненості храмів, а й в посиленні як релігійно-психологічних, так і естетичних переживань під час сакрально-культурних дійств, та звичайних споглядань.

Список використаних джерел: 1. Витрувий Марк Поллон. Десять книг об архітектуре / Пер. Ф. А. Петровского. Т. 1. — М.: Изд-во Всес. Академии архитектуры, 1936. — 331 с. 2. Герасимов Ю. Н, Рабинович В. И. Зодчество и православие // Юрий Герасимов, Валерий Рабинович / М. Московский рабочий, 1986. — 64 с. 3. Мельничук М. С. Особливості трансформації ролі мистецтва в християнському культі. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук / Максим Святославович Мельничук. — Житомир : ЖДУ ім. Івана Франка, 2011. — 197 с. 4. Настольная книга священнослужителя. — 2-е изд. — М. : Моск. Патриархат, 1992. — Т. 1. — 704 с. 5. Яковлев Е. Г. Эстетическое сознание, искусство и религия / Евгений Георгиевич Яковлев. — М. : Искусство, 1969. — 175 с.



УДК 379.85:37+ 614.8.01

А.П. Мініч, к.ф.н. ст. викладач

Національний університет «Острозька академія», м. Острог

С.М. Остапчук, к.т.н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ПРОПАГАНДА І ТУРИЗМ: АВТОМОБІЛЬНІ ДОРОГИ РІВНЕНЩИНІ, ЯК ІНСТРУМЕНТ В РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

Пропонується використовувати інфраструктуру автомобільних магістралей для пропаганди українських національних цінностей. На прикладі історичної спадщини Рівненщини продемонстровано можливості туризму для спростування міфів, що поширюються російською пропагандою.

Ключові слова: просвітницький туризм, пропаганда, автомагістралі.

It is proposed to use the infrastructure of motorways for propaganda of Ukrainian national values. An example of the historical heritage of Rivne region demonstrated the potential of tourism for refuting the myths spread by Russian propaganda.

Key words: educational tourism, propaganda, highways.

Взаємостосунки пропаганди і туризму бажано розглядати в більш широкому контексті, як координацію зусиль державної влади і приватного бізнесу для досягнення ідеологічних та комерційних цілей. В умовах інформаційної війни, розв'язаної Російською Федерацією, держава Україна зацікавлена у пошуках ефективних засобів реагування на потоки відвертої брехні, перекручених фактів, спрямованих на підрив авторитету української влади, розпалення міжконфесійних і міжнаціональних конфліктів, створення політичної напруженості і хаосу. Технологія маніпуляції передбачає створення атмосфери бездуховності і аморальності, знищенння суспільства як такого. Атаки здійснюються на національну мову, прапор, герб, герой, історію, культуру. Знищується той шар зв'язків і цінностей, що об'єднує індивідів у політичну націю, і що отримав назву «клей» або «цемент суспільства». На озброєння беруться різноманітні міфи, що століттями плодились на замовлення імперських амбіцій. Боротьба за історію перетворилася в боротьбу за національну пам'ять, за гордість та ідентичність. Поширення російських телевізійних каналів, інтернетівських сайтів, книжкової продукції, церков та монастирів Московського патріархату на території України надає вагому перевагу



російській стороні в інформаційній війні. Друга перевага полягає у значній фінансовій підтримці імперськи налаштованих журналістів, редакцій, «фабрик тролів» з боку державного бюджету. Фактично, у Росії сформована і проводиться єдина інформаційна політика, яка знаходиться під контролем держави. Перед Україною постало завдання протидії російській пропаганді на своїй території й пошук засобів інформаційного впливу на населення Російської Федерації та європейських країн. Не останню роль у цій боротьбі належить туризму, як формі культурно-просвітницької роботи.

Просвітницький туризм може бути спрямованим на формування в українських туристів почуття патріотизму, гордості за батьківщину, її історію та культуру, виховання національної самосвідомості та гідності людини, тобто, на все те, що є предметом маніпуляції російської пропаганди. У цьому сенсі інтереси органів державної влади та приватного бізнесу співпадають, адже просвітницька робота є частиною пропаганди національних цінностей. Влада здійснює організаційні, інформаційні та фінансові засоби для реклами певних пропагандистських символів, а туристичний бізнес використовує ці образні уявлення в якості брендів, що дозволяє отримати додатковий прибуток. Наприклад, на трасі Київ – Чоп в готелі «Оаза-М» в селі Бабин функціонує музей «Криївка», у якому розповідається про боротьбу за незалежність воїнів УПА; готельно-ресторанні комплекси «Хутір» та «Софія» поблизу міста Рівного виконані в українському національному стилі, що вказує на самобутність і культурну ідентичність українців. В даному випадку інтереси бізнесу співпадають із державною ідеологією.

Загалом, туристична сфера доволі складна форма ведення бізнесу, вона передбачає вирішення цілої низки проблем: пошук об'єктів, цікавих для вітчизняних та іноземних туристів; наявність інфраструктури певного рівня сервісу, як то дороги чи готелі; широка рекламна кампанія по просуванню туристичного продукту; врешті-решт, туристична діяльність має бути прибутковою. В ринкових умовах залучення туристичного сегменту приватного бізнесу для проведення загальнодержавних пропагандистських заходів передбачає створення прибуткового бізнес-проекту. На прикладі Рівненської області продемонструємо можливі варіанти такої співпраці.

Рівненська область має вдале територіально-географічне розташування із значним транзитним потенціалом. Через її територію проходять важливі автомобільні дороги, зокрема, магістральні, що входять до складу європейських транспортних коридорів:



- М06 Е40 (Львів – Рівне – Житомир – Київ) – складова транспортного коридору Європа – Азія та Критецького транспортного коридору № 3;
- М07 Е373 (Київ – Ковель – Ягодин), доходить до кордону з Польщею, збігається з європейським шляхом Е373, проходить через місто Сарни;
- М19 Е85 (Доманове – Ковель – Чернівці – Мамалига) – складова транспортного коридору Балтійське море – Чорне море, є частиною європейського автомобільного маршруту Е85, доходить до кордонів Білорусі та Румунії, проходить через місто Дубно;
- національна автомобільна дорога Н22 (Рівне – Луцьк – Устилуг), доходить до кордону з Польщею;
- регіональна автомагістраль Р05 (Городище – Рівне – Старокостянтинів);
- дорога Р76 (Дубровиця – Зарічне – КПП «Прикладники»), доходить до кордону з Польщею.

По цим трасам щоденно їдуть десятки тисяч автомобілів, сотні тисяч пасажирів, громадян України, Росії, Білорусі, інших держав. Розміщена уздовж узбіччя доріг інформація на білбордах може бути використана для досягнення ідеологічних цілей. Спостерігання з вікна автомобіля практично нічим не відрізняється від перегляду монітора комп’ютера чи екрана телевізора. Різниця лише у тому, що в одному випадку людина сидить, а кадри екрана пробігають перед очима, а в другому, навпаки, ландшафт залишається на місці, а людина рухається разом з автомобілем. Розміщені уздовж магістралі меми гортаються немов сторінки книги. Якщо телевізійний сигнал має перевагу в радіусі поширення, то перевага траси у тому, що подорожуючий приречений слідкувати за знаками на узбіччі, він не може переключити телевізійний канал чи клацнути «мишкою». Уздовж зазначених магістралей, окрім сотень білбордів, побудовано значну кількість об’єктів дорожнього сервісу і туристично-рекреаційної інфраструктури, зокрема, мотелі, готелі, ресторани, станції технічного обслуговування, автозаправні станції тощо. Лише на трасі М06 в межах Рівненської області знаходяться 48 автозаправок, що складає одну заправку на 3,5 км траси. Кожен із цих об’єктів бізнесу, при відповідних умовах, може бути використаний для пропаганди, в них можуть продаватися сувеніри, краснавча чи історична література, листівки. Ще одним позитивним моментом використання доріг для пропагандистських заходів є заощадження коштів на проведення рекламиної кампанії, не потрібно організовувати і привозити туристів,



сотні тисяч людей їздять дорогами Рівненщини без примусу, у будь-який час і пору року.

Рівненська область містить великі можливості для просвітницького туризму, що робить цю територію унікальною для ведення інформаційної протидії. Окрім транспортних коридорів, Рівненщина володіє великою історичною спадщиною, здатною розвіяти міфи російської пропаганди. Розглянемо деякі з цих міфів і можливі засоби контрпропаганди, метою якої є дискредитація ворожих ідей, руйнування небажаних інформаційних сутностей.

Міф перший: Україна завжди була частиною Російської імперії, це російська губернія, периферія. Наступні аргументи руйнують цей міф:

1. Україна – спадкоємниця Київської Русі, яка виникла в IX ст., а Московське князівство лише в 1277 р. На підтвердження цього можна продемонструвати географічні карти території Рівненщини із зображенням населених пунктів IX-XIII ст., де позначені удільні князівства і княжі міста (Степанське князівство – удільна земля з центром у містечку Степань, існувало в XI-XII ст.; Дубровицьке князівство – удільне князівство з центром у місті Дубровиця, існувало в 1167–1174 рр.; Пересопницьке князівство – князівство династії Рюриковичів з центром у Пересопниці, існувало в 1149–1220 рр.; Дорогобузьке князівство – князівство династії Рюриковичів з центром у Дорогобужі, існувало в 1084–1223 рр.). Дорогобуж знаходиться на міжнародній трасі М06, Дубровиця на регіональній дорозі Р76, Пересопниця недалеко від національної дороги Н22. Сама траса М06 є історичною пам'яткою, адже вона проходить по давньоруському шляху, що з'єднував Київське та Волинське князівство.

2. Москва створена набагато пізніше, ніж значна частина населених пунктів Рівненщини. Коли виникла Москва точно невідомо, проте відомо, що вона стала центром самостійного удільного князівства лише у другій половині XIII ст. при князі Данилі Олександровичу. Засновником Москви імперські історики вважають князя ростовсько-суздальського і великого князя київського Юрія Довгорукого. А, скажімо, село Пересопниця на Рівненщині має тривалішу історію ніж столиця Росії, вона була центром удільного князівства вже у XII ст.

Таким чином доводиться, що Україна є спадкоємницею слов'янської держави Русі, вона має давнішу історію, ніж Московія. Спростовуються закиди щодо територіальних претензій з боку інших держав.

Міф другий: росіяни – носії культури і освіти, а українці – малограмотні селяни. Спростовується аргументами.



1. Заклад вищої освіти, який зараз носить назву Національний університет «Острозька академія», створений в 1576 р., а першим вищим навчальним закладом Росії є слов'яно-греко-латинська академія, створена лише у 1687 р. у Заіконосіаському монастирі.

2. Граматика Мелетія Смотрицького вийшла друком у 1619 р. і понад двісті років їй не було рівних у слов'янській філології. На її основі Михайлом Ломоносовим у 1755 р. була написана "Россійская грамматика". Похований Мелетій Смотрицький в Дерманському монастирі, що знаходиться недалеко від дороги Р05.

Міф третій: Росія непереможна держава і Україна її не зможе здолати. Історичні факти засвідчують, як українсько-польська еліта змінювала владу в Московії. На міжнародній трасі Київ – Чоп знаходиться смт Гоща. За свідченнями, тут, у школі, у 1600-х рр. навчався майбутній московський самодержець Лжедмітрій I, який захопив владу і правив у 1605-1606 рр. під ім'ям Дмитра Івановича. Литовсько-руські (українські) магнати Адам та Костянтин Вишневецькі, Сапіги, а також представники польського дворянського роду Мнишеки визнали вньому сина Івана IV Грозного, підтримали і провели підготовку до зведення його на московський престол.

Десятки інформаційних білбордів на автомобільних трасах Рівненщини із відповідними мемами на історичну тематику, музеї Київської Русі і царя Лжедмітря, використання місцевого історичного матеріалу для оздоблення інтер'єрів готелів та ресторанів, приготування національних страв, торгівля сувенірами і краєзнавчою літературою через мережу заправок та стоянок, можуть зробити свій внесок у формування свідомості як громадян України, так й іноземних гостей. Реалізація цього проекту не потребує великих фінансових вкладень, вона вимагає від державної влади лише доброї волі і розуму.

Висновки. Проаналізувавши транзитні можливості автомобільних доріг Рівненщини, розвиток дорожньої сервісної інфраструктури, наявність історичних місць, можна прийти до висновку щодо великого, досі не використаного потенціалу для проведення ефективної пропагандистської та контрпропагандистської діяльності на російсько-українському інформаційному фронті. Пропонується використовувати просвітницький туризм на автомагістралях Рівненщини як засіб пропаганди українських цінностей і контрпропаганди російським імперським міфам. В умовах існуючої економічної кризи пропонується налагодити взаємовигідні партнерські стосунки між органами державної влади і туристичним приватним бізнесом, що дасть можливість раціонального використання наявних ресурсів.



ДУБЕНСЬКИЙ ЗАМОК – МИNUЛЕ I СУЧАСНЕ

У статті йде мова про розвиток, функціональне призначення замку князів Острозьких протягом кількох століть, починаючи від дерев'яного оборонного об'єкту. Роль князів Любомирських у переосмисленні функції замку, як палацового об'єкту. Замок, як військовий гарнізон. Створення осередку Державного історико-культурного заповідника м. Дубна на території замку, музейних експозицій. Специфіка роботи зокрема. Перспективи.

Ключові слова: замок, об'єкт, музей, експозиція, туризм.

The article is told about development and functionality of the Castle of Ostrozkyi princes during several centuries starting from the wooden defensive object. A role of Liubomyrskyi princes in rethinking of the Castle's function as a palace object. The Castle as a military garrison. Establishment of the center of the State Historical and Cultural Reserve of Dubno on the territory of the castle, museum exhibitions. Specificity of work in particular. Perspectives.

Keywords: Castle, object, museum, exhibition, tourism.

Століттями населення України вело тривожне і неспокійне життя. Відкріті простори її земель були постійним об'єктом нападів монголо-татарських військ. Відчутної шкоди завдавали й інші військові загони, які постійно плюндрували наші землі.

Існування численних населених пунктів було можливе лише під захистом міцних мурів, замків та інших оборонних споруд. І хто знає, як склалася б доля нашого народу в минулому, якби іх не було.

Споруди оборонного типу зводили і для захисту великих феодалів та землевласників від народного гніву й частих взаємних нападів феодалів-сусідів. Потреба в обороні краю видозмінювала відповідно архітектурну монументальність княжих храмів, монастирів і палаців. Кожна епоха залишила свій відбиток. Слідом за давньоруськими храмами стали появлятися в українських містах могутні фортеці і замку в стилі європейського ренесансу. Епоха гетьманщини залишила після себе шедеври козацького бароко, а йому на зміну прийшов російський і польський класицизм.

Наприкінці XIV ст. Федір Острозький у невеличкому поселенні Дубен звів перше на той час дерев'яне укріплення. У 1450 році князь



Василь Федорович Острозький звів новий дерев'яний замок, трохи вище за рельєфом від старого, збудованого його батьком. Це стверджують у своїх працях Кардашевич, Мечислав і Орлович і ін..

Князь Костянтин Іванович завбачив перспективу Дубна, як міста, і в 1492 році звів кам'яний замок, ще вище за рельєфом. Гетьман Литви, Костянтин Іванович обрав Дубенський замок для зберігання трофеїв, які здобував у звитяжних битвах з ворогами.

Василь-Костянтин Острозький теж ззвизив свої скарби до Дубна. Вони зберігались у численних скринях, підземеллях і цехгаузах.

Кожного століття замок перебудовувався і укріплювався, як того вимагав час. У XVII ст. князем Янушем Острозьким, сином Костянтина Костянтиновича, були добудовані бастіони зі сторожевими вежами, з'єднані між собою куртиною (товстою стіною з бійницями). Виритий рів наповнювався водою. Річка Іква протікала повз замок, і з протилежного боку омивала його. Через рів перекинутий міст, частина якого стаціонарна.

Маючи таку оборонноздатність, замок протягом свого існування, як оборонний об'єкт, жодного разу не був взятий приступом, хоча біля його стін неодноразово бували татарські війська, загони Максима Кривоноса із війська Богдана Хмельницького (в облозі були поляки). «На час нападу татарів (1577 рік) Дубенський замок був закутий в олово і броню, та мав значні запаси провізії. Отже, міг витримати тривалу облогу, не опікуючись водою, провізією і озброєнням.»

Після князів Острозьких власниками замку були князі Заславські, Любомирські, Сангушки і знову Любомирські. Заволодівши замком вдруге, в середині XVIII ст., Любомирські реконструювали замок, спорудивши на старому фундаменті палац, де стали влаштовувати пишні прийоми для впливових гостей, які прибували на контракти.

Дубно ввійшло в історію як місце проведення контрактових ярмарок після першого поділу Польщі 1772 року, завдяки яким життя у місті пожвавилось. Контрактовий ярмарок, що відбувався щороку у січні, в окремі роки збирав до 30-ти тисяч чоловік – місцевих і закордонних купців з Польщі, Австрії, німецьких князівств, Росії і Туреччини, тоді, як населення Дубна мало б тисяч мешканців.

Після контрактів, які в 1794 році було переведено до міста Звягеля, а згодом – до Києва, замок почав занепадати. За браком коштів князі Любомирські змушені були його позбутися, продавши княгині Барятинській, яка в II-й половині XIX ст. весь замковий комплекс продала військовому відомству. І з кінця XIX ст. на території Дубенського замку постійно перебували різні військові частини.



Літопис музейної справи в Дубенському замку сягає 1912 року, коли з ініціативи передової частини офіцерів 41-го Селенгінського полку, до 100-річчя Бородінської битви, в якій він брав участь, в замку відкрили музейну експозицію. Вона складалася з численних документів, фронтових реліквій та зброї. Цей музей проіснував недовго, бо з початком Першої світової війни і наближенням фронту до Дубна, всі експонати вивезли у місто Пирятин на Полтавщині, куди передислокувався сам полк. А замок, зазнавши руйнації під час війни, реконструйований поляками в 30-их роках, слугував гарнізоном для багатьох військових частин [1].

Віднайдені документи, що стосуються основних етапів і проектів відбудови комплексу замкових будівель у Дубні в 20-30-их роках дають змогу простежити, як відроджувалася з небуття ця унікальна оборонна споруда і визначна історична пам'ятка. Загальновідомо, що восени дії 1914-1918-их років привели до значних руйнувань замкових будівель. Після пожеж вціліли, в основному, лише бастіони, фрагменти куртини, стіни в'їзної брами та палацові мури. Вщент згоріли міжповерхові перекриття, дахи, вигоріли інтер'єри. Страшною пусткою віяло від порожніх вікон північно-західного корпусу замку – колишнього палацу князів Любомирських. Трохи краще збереглися будівлі зі східного боку замкового подвір'я. Саме ремонтні роботи на східному корпусі започаткували процес відновлення замку.

Після Другої Світової війни, з 1950-их років до 1986-го, в замку дислокувалася військова частина.

Натомість в 1993 році було створено Державний історико-культурний заповідник на балансі якого – 29 об'єктів. Це – культові споруди, пам'ятки архітектури, житлові будинки історичної забудови центру міста, краєзнавчий музей, який потрохи почав відживляти.

Протягом 90-их років урізноманітнювалася специфіка роботи: тематичні мистецькі виставки, краєзнавчі читання, науково-теоретичні конференції, участь у наукових і пошукових експедиціях.

До 2000-ліття Різдва Христового, у 1998 році була відкрита постійнодіюча тематична виставка «Скарби наші духовні» (середньовічні ікони, дзвони, дерев'яна скульптура, підсвічники). Найбільш цінною пам'яткою якої є монументальна ікона «Пророк Ілля з житієм» XVI ст. На Волині їх відомо лише два десятки. Тому храмова життєна ікона суттєво доповнює ряд творів волинської школи іконопису, які дійшли до нашого часу.

Окрасою експозиції є масивний латунний підсвічник 1575 року. Таких підсвічників є два. Другий – в Острозькому заповіднику. На



підставці глибоко виритувано латинський текст. На пуклі стрижня є напис з ім'ям ливарника Луки Фріделянта із Гданська.

Маємо також дзвін із дзвіниці Спасо-Преображенської церкви XVII ст., 1572 року відливу. Він потрапив до нашої експозиції значно пізніше, ніж вона створювалась.

І багато інших цікавих експонатів знаходяться на цій виставці. Завдяки чому ми прилучилися до давнього мистецтва іконопису, художнього ліття, дерев'яної скульптури, різьблення, задоволивши інтерес до витоків національної культури, до непересічних досягнень минулого [2].

Портретна галерея князів, які володіли містом, у тронній залі Дубенського замку створена у 2002 році, приурочена до святкування 900-річчя першої писемної згадки про місто Дубно. Работою над портретами займався Володимир Степанович Ковальчук. Із маленьких світлин він зробив досить вдалі репродукції різних розмірів: поясне зображення і увесь ріст [4, ст. 192, 193].

У 2011 році, ми, маючи певні напрацювання, за досить короткий термін (до Дня Незалежності України) відкрили такі музеїні експозиції, як «Нетлінна пам'ять віків» (археологія та давня культура), «Ой роде наш красний...» (етнографія та декоративно-прикладне мистецтво).

Перша поєднує в собі компактність і повноту висвітлення доісторичного минулого Дубенщини. На основі археологічних знахідок можна довідатися про стародавні культури людей, які проживали в нашому краї, їхній рід занять, побут, вірування. У відвідувачів залишаться незабутні враження від огляду древніх знарядь праці, керамічних виробів, предметів оздоблення, прикрас, сакральних речей. Експозиція дає можливість скласти уявлення про багатоманітність культур Дубенщини, наблизитися до світу тих людей, які жили тут задовго до нас.

У експозиції «Ой роде наш красний...» представлені предмети побуту, знаряддя обробітки ґрунту, ремісничі вироби, основні предмети інтер'єру традиційної української селянської хати кін. XIX- поч. ХХ ст.

В окремій залі представлено різні види декоративно-ужиткового мистецтва, яке має глибинні зв'язки з історичним минулим. Тут показано народний одяг – один з основних елементів матеріальної культури народу. До уваги відвідувачів також вироби з кераміки, лозоплетіння, художнє різьблення, в'язання гачком (унікальна серветка зв'язана ще на початку ХХ ст., жителькою с. Здовбиця



Дубенського району Устиною Гордієвич, моєю прарабусею. Також в експозиції є два рушники, вишиті нею).

А ще у цій залі є дві вітрини, в яких представлено фрагменти сучасного відтворення української традиційної вишивки XIX-поч. XX ст. ст., які супроводжує текстовий матеріал символів і знаків даних фрагментів.

Предмети народного господарства та витвори декоративно-прикладного мистецтва – це багатий, гармонійний світ, який доносить до нас традиційні риси української культури. У них відбилися віковічні надбання та художній геній українського народу.

У грудні того ж року відкрито ще два зали музеиної експозиції – «Щит і меч землі Дубенської» (воєнні події XV-XX ст.ст.). Серед представлених експонатів є чимала колекція вогнепальної і холодної зброї періоду Першої і Другої світових воєн, амуніції, фотодокументів, предметів військового та цивільного побуту, художні полотна військової тематики, портрети видатних полководців та вояничальників, монархів різних країн, які перебували на Дубенщині. А також гармати XVI-XVII ст. ст., колекція люльок та католицьких культових чернечих атрибутив XVIII ст. із поховань у монастирі бернардинів [3].

Сучасний дизайн, складність побудови, наявність великої кількості карт, схем та фотографій разом з різноманітними експонатами допоможе відвідувачам наблизитися до розуміння військових подій різних часів, які мали на Дубенщині свої особливості.

А в квітні 2012 року було презентовано стаціонарну виставку «Карбовані історія» (numізматика, боністика, фалеристика, геральдика).

Назва відображає зміст, адже експозиція присвячена знакам та символам влади, закарбованим на металі, папері і тканині.

На ній представлено колекції монет різних історичних часів та куточків світу. Грошові розділи експозиції вдало доповнюють коштовні прикраси, предмети розкоші та посуд, які були знайдені у м. Дубні поруч з монетними скарбами у різні часи. Привертає увагу скарб срібних польських монет, а також срібні речі: сумочка, портсигар, глечик. Цікавий також скарб польських солідів періоду Яна Казимира та скарб речей, до якого входять срібні чарки, позолочені ланцюжки та срібні монети поч.. ХХ ст.. На стінах зали знаходяться копії старих гравюр, які зображають старі технології виробництва монет у давнину [6, ст. 3].

Експозиційну залу доповнюють 29 гербів впливових родин, держав і орденів, які у різних відношеннях вершили протягом століть долю



Дубна. З цього ж приводу у залі знаходяться десять полотнищ прапорів країн, з якими пов'язана історія Дубна. Окрім стін зали виділено для ознайомлення з оригіналами сучасних релігійних та державних нагород України.

При побудові експозиції використано близько двох тисяч одиниць експонатів, переважно з фондів заповідника, однак не обійшлося і без допомоги дубенських та рівненських колекціонерів-numізматів.

Завдяки оригінальній дизайнерській розробці та витриманому стилю для зали і вітрин створене цілісне привабливе середовище, що надає експозиції урочистості і робить її незабутньою для відвідувачів.

Музика жаху, розплачливі людські зітхання, несамовиті стогони, плачі, скажений брязкіт ланцюгів, каркання ворон...[5], саме з таким супроводом зустрічає нас виставка «Історія тортур і покарань», яка була презентована увазі відвідувачів у липні 2012 року. У першій залі підземель, де непогано збереглася цегляна кладка XVI-XVII ст..ст. нас зустрічають глядацькі місця (як амфітеатр у Колізеї), темний стіл з чорнильницею та гусячим пером, паперовий сувій з текстом вироку, а на стіні – похмурі портрети найвідоміших інквізиторів. У наступних двох залах розміщені знаряддя для страти і допитування різних періодів. Виставка нараховує дев'ять експонатів, виконаних у натуральну величину, діючих. В цьому її унікальність. У закапелку третьої зали горить на вогнищі відьма. Завершує виставку камера довічного ув'язнення з двома скелетами.

Ця експозиція створена для нагадування про жорстокість минуліх часів і застерігає від нелюдського відношення до людини. Оскільки після відміни інквізії в XIX ст.. майже всі знаряддя були знищені, у нас представлені їх точні копії, виготовлені за кресленнями, знайденими у бібліотеках та музеях.

В наш час слово «інквізіція» знайоме багатьом, але вже давно втратило свій зміст та перетворилося на тему жартів коміків різного масштабу. Однак в свій час вона була інституцією, яку боялись. Інквізіція є складовою частиною уявлення людей про Середньовіччя: темне, страшне, незрозуміле.

У січні 2013 року відкрилася ще одна стаціонарна виставка «Мистецтво полювання».

Ще у сиву давнину, за часів князювання Острозьких, на замковому двориці діяла каплиця, де проводилися служби Божі, відбувалися обряди хрещення, вінчання, панаходи.

Працівники заповідника вирішили відродити цю історичну дійсність. У жовтні 2013 року в одній із замкових залів експозиції «Скарби наші духовні», яка розміщена у Надбрамному корпусі, було



відкрито та освячено каплицю на честь покровителя міста Дубна Божого пророка Іллі. Вона слугує місцем для молитов не лише для його працівників, але й для численних українських та закордонних туристів. Поряд із старовинними та сучасними іконами можна побачити церковне вбрання та інші речі церковної атрибутики із фондів Державного історико-культурного заповідника міста Дубна.

Музей – скарбниця духовних і матеріальних цінностей від давніх часів і до сьогодення. Саме в музеї збираються, досліджуються і зберігаються народні скарби. Та самого факту, що музей є хранилищем культури замало, щоб його відвідували. Сьогодні музейникам доводиться думати, як залучити відвідувачів до музею, як стати місцем цікавим, місцем потрібним.

Основними напрямками нашого заповідника є наукова-просвітницька, дослідницька, культурологічна, експозиційна, фондова, видавнича робота.

Одним із головних завдань просвітницької роботи є виховання молодого покоління в дусі поваги до історико-культурних надбань, народних традицій і звичаїв. Це завдання є досить важливим та актуальним. Співпраця навчальних закладів і заповідника у цьому плані передбачає також вивчення історії свого рідного краю, почуття любові до нього.

Виходячи з цього, працівники заповідника розробили тематичні екскурсії по давній культурі, історії нашого краю, етнографії та декоративно-прикладному мистецтву згідно програм навчальних закладів міста та району.

Окрім цього ми проводимо спільно зі студентами коледжу культури та мистецтв, педагогічного коледжу РДГУ культурологічні заходи біля традиційної селянської хати, яка представлена в музейній експозиції «Ой, роде наш красний...». Одна з основних форм трансформації заповідника – це театралізовані дійства, які ми започаткували у 2011 році, як тільки відкрили музейну експозицію «Ой роде наш красний...» (етнографію та декоративно-прикладне мистецтво). Тому, що значну роль у процесі формування національної свідомості і духовності суспільства відкривають музейні експозиції [1].

Етнографічним експозиціям належить одне з чільних місць у популяризації народних традицій. На сучасному етапі розбудови української державності спостерігається тенденція до зростання значення експозиції (музеїв) у пропаганді народних звичаїв та розвиток культури в цілому.



На зламі тисячоліть, значно віддалившиесь від своїх коренів, ми знову і знову намагаємося зрозуміти закони розвитку світової народної творчості через глибоке знання національних надбань.

У наші дні усіма можливими шляхами здійснюється робота по реконструкції замкових будівель та мурів. Попереду ще реставрація представницьких приміщень палацу Любомирських – бальної та бенкетної зали, розширення виставкової площини, створення нових експозицій та атракціонів на території.

Важливими напрямками роботи нашого заповідника є науково-просвітницька, дослідницька, культурологічна, експозиційна, фондова, видавничча робота.

Одним із основних завдань просвітницької роботи є виховання молодого покоління в дусі поваги до історико-культурних надбань, народних традицій і звичаїв. Це завдання є досить важливим і актуальним.

У сучасному суспільстві музейна діяльність набуває все більшого соціально-культурного значення. За останні двадцять п'ять років суспільство і культура кардинально змінилися у нашій державі. Музей також переживають істотні трансформації, весь час в пошуку нових форм роботи, завдяки яким вони стають центром освіти, туризму, комунікації і творчих інновацій.

Список літературних джерел: 1. Гавриленко. О. «Чим живе Дубенський замок». // Скриння. – 2012. – 17 травня. 2. Гавриленко О. Шевчук Є. // Буклет «Скарби наші духовні» (з колекції ДІКЗ м. Дубна). – Рівне, 2010. 3. Музейні експозиції. // Буклет ДІКЗ м. Дубна. – 2012. 4. Поперецька Л. «Талановитий художник-портретист». // Історико-культурна спадщина м. Дубна: правові, історичні, мистецькі та музейні аспекти (матеріали науково-теоретичної конференції, присвяченої 15-річчю ДІЕЗ м. Дубна). – м. Дубно, 2008. – с. 192, 193. 5. Пшеничний М. «Коли умер кривавий Торквемада...» // Дзеркало плюс. – 2012. – 19 липня. 6. Пшеничний Ю. « Карбована історія » - нова експозиція у Дубенському замку. // Замок. – 2012. – 13 травня. 7.Фонди Державного історико-культурного заповідника м. Дубна.



УДК 069-043.86:[338.48(100):(477)]

O.M. Романуха, к.і.н., доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

РОЗВИТОК МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В роботі досліджено музей як фактор активізації міжнародного туризму в Україні. Визначено роль музею в розвитку туризму, надано оцінку відповідності сучасної музейної інфраструктури вимогам ринку, проаналізовано загальну динаміку розвитку музеїв України. Виявлено залежність туристичної активності в країні від методів роботи музеїв. Розглянуто проблеми, що заважають розвитку українським музеям.

Ключові слова: туризм; музей; розвиток; культура, економіка; модернізація

This article deals with role of the museums in the development of the international tourism in Ukraine. This problem is very actual. Advanced countries turned museums into the basis of their touristic business and provided the growth of the adjective branches of their economy. This experience can be used by Ukraine. Unfortunately during last years the state support of the museums was very small. The number of museums increase, but their financing and the quantity of their visitors reduce. As a result the touristic streams are misbalanced, outbound tourism dominate under inner tourism.

Key words: туризм; tourism, museums, culture, economy, modernization.

Стрімкий розвиток суспільства породжує нові явища в економічному житті. Яскравим прикладом чого є туризм. Активізувавшись наприкінці XIX ст., в XXI ст. він вже набув небувалих темпів розвитку. Перетворившись на інтегруючий фактор багатьох сфер людського буття, туризм став одним з стовпів світової економіки, засобом зняття міжнаціональної конфронтації, підвищення рівня освіченості людей та ін. Сьогодні залежність рівня розвитку країни від рівня розвитку туристичної галузі в ній – прямопропорційна. Туризм сприяє зростанню кількості відвідувачів, що наповнює державний бюджет, а уряд в свою чергу дбає про стан наявної інфраструктури, рекреаційні зони, культурно-історичні ресурси країни. Тенденції розвитку міжнародного туризму показують, що культурно-історичні ресурси стають головним об'єктом туристичної уваги. Музеї притягають до себе все більше відвідувачів, трансформують засади своєї діяльності, переходятять до соціально-ринкової моделі функціонування. Вони сприяють підвищенню



соціального статусу регіонів, детермінують розвиток туристичної інфраструктури – доріг, готелів, системи громадського харчування, зумовлюють створення нових робочих місць. Передові країни світу вже давно перетворили музеї на основу власного туристичного розвитку, забезпечивши собі зростання економіки у суміжних з туризмом та музеями сferах. Для них музей став симбіозом культури, освіти, науки та економіки. Перейняття цього досвіду могло дати Україні значний економічний поштовх, сприяти консолідації суспільства. Проте обраний шлях виявився протилежним. Головна увага у розвитку туристичної сфери України приділялась курортним зонам, акцент робився на лікувально-оздоровчий вид туризму. Музей не отримав належної уваги ні в Законі «Про туризм», ні в «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів України на період до 2022 року». Як бачимо не отримавши належної підтримки на державному рівні музей розглядався як суміжний, а не провідний суб'єкт туристичної діяльності [1].

Акцент на розвитку рекреаційних зон був обумовлений специфікою туристичного потоку 90-х років ХХ ст. Притік іноземних туристів з числа громадян пострадянських республік, що віддавали перевагу відпочинку на морі, сприяли цьому. Проте більш ширше знайомство зі світом, невідповідність світовим нормам української санаторно-курортної бази, її застарілість, політична ситуація, поступово зменшувало їх потік. Для туристів Європи, Північної Америки та Сходу, Україна була цікавою лише своєю колоритністю, природою, культурою, історією. Центром концентрації чого був музей. Нажаль фінансова державна підтримка Міністерства культури України протягом 2000-2016 рр., не перевищувала 0,004-0,005% від загальних витрат річного бюджету. Це мало згубний вплив на музейну сферу.

Як наслідок при загальній динаміці зростання туристів у світі, Україна не мала притоку іноземців. Протягом 1990-2016 рр. кількість міжнародних туристів за даними Всесвітньої туристичної організації збільшилась майже у 3 рази з 458 млн. чоловік у 1990 році до 1 235 млн. чоловік у 2016 році. Відповідно цього зросла й їх частка в державах, що надавали туристичні послуги. Так в США кількість відвідувачів збільшилася з 43 млн. у 1995 р. до 76 млн. у 2016 р. Протягом даного періоду, на 0,6 млн осіб виріс потік міжнародних туристів в Російській Федерації. У цей же час в Україні відбуваються зворотні процеси. Якщо у 2000 році її відвідало 0.38 млн. іноземних туристів то у 2016 р. цей показник сягав 0.15 млн. осіб. Звісно, політична ситуація була головною причиною зменшення туристичного потоку, про те взявши до уваги туристичні смаки можна сказати, що



Україна у більшості випадків не була цікава іноземцям. Згідно даних соціологічних опитувань, половина міжнародних туристів цінує під час подорожі дозвілля, важливу роль в якому займають музеї та історичні комплекси. За даними соціологічних опитувань проведених у 2004 р. 52% туристів вказали метою своєї подорожі – дозвілля. У 2015 р. їх кількість становила 53% [2]. Зважаючи на це цілком закономірним є те, що країнами лідерами за кількістю прийнятих міжнародних туристів були США, країни Європейського Союзу, Китай, Туреччина, Російська Федерація. Згадані держави мають багату історію, розвинену інфраструктуру, значну кількість історико-культурних центрів, музеїв, парків розваг.

Підтверджують це і дані статистики. На 2015 р. кількість музеїв в США становила 9 005 одиниць, Російській Федерації – 2 731, Японії (у 2011 р.) – 1 262, Україні – 564. При цьому загальносвітові темпи приросту музеїв в цей час становили в середньому 10 % за п'ятиріччя [3]. На 2016 р. кількість музеїв сягала за даними журналу «Museum» близько 40 тис., половина з яких припадала на країни лідери туристичної сфери (США, Європейський Союз, Туреччина, Китай, Російська Федерація).

Виходячи з цього можна сказати, що саме зменшення фінансування, зниження ефективності використання музейного ресурсу урядом, застарілість підходів у роботі, призводило до зменшення кількості не лише міжнародних туристів, але й внутрішніх. Дані ситуація призводила до незбалансованості туристичних потоків в Україні. Кількість людей, що виїхали з країни перевищували кількість, що в'їхали, протягом усього періоду. Подібна ситуація була і в Російській Федерації. Лише США мали значні темпи приросту іноземних туристів. Основними причинами цього були: низька якість послуг та комфорту музеїв; відсутність конкурентоспроможної інфраструктури; застарілі підходи у роботі; брак інформації про музейні пропозиції; поганий стан будівлі, інтер'єрів, території; рідка зміна експозицій; недостатньо високий рівень пропонованих музеями програм; грубість доглядачів; цінова політика.

У даній ситуації цінним є досвід США. Вони давно перетворили музеї не лише на культурно-освітні заклади, але й важливу частину своєї економіки. Країни лідери туристичного ринку розглядають музей як важливий чинник соціально-економічного розвитку, один із факторів формування конкурентоспроможності країни в сучасному глобалізованому світі. Вони дивляться на музей як складову в розв'язанні економічних, політичних і соціальних проблем, трансформують їх роботу у відповідності до вимог часу.



Для прикладу, в США музей найбільш відвідувані місця. Їх відвідують більше ніж великі спортивні змагання, парки розваг. Музейна структура США унікальна у цьому плані. Так лише музейний комплекс Смітсоновського інституту США у 2016 р. відвідало 31 млн. осіб, що більше ніж в усій Україні. Для порівняння кількість відвідувачів в «Ермітаж» (Російська Федерація), не дивлячись на його авторитетність, була не високою. У 2007 р. його відвідало 2,4 млн. осіб, 2012 р. 2,9 млн осіб, з яких близько 1 млн осіб становили іноземні туристи, 2014 р. 3,2 млн. осіб серед яких 1 млн. осіб був іноземцями. Це при тому, що найбільшу увагу відвідувачів у всьому світі привертають Art та історичні музеї [4].

Модернізація музейної діяльності сприяє зростанню кількості туристів та збільшенню надходжень до бюджету, організації додаткових робочих місць у суміжних сферах. Для прикладу, у 2015 р. музеї США принесли бюджету країни більше 21 млрд. дол. та забезпечили робочими місцями пів мільйона людей. Виробництво пов'язане з сферою культури та мистецтва склало там 4,32% від усього загалу американської економіки у розмірі 698 млрд. дол. та забезпечило роботою 18 млн. громадян. Це більше ніж будівництво (587 млрд. дол.) чи транспортна сфера (464 млрд. дол.). Некомерційне мистецтво та індустрія культури принесли бюджету США 135 млрд. дол., 4 млн. робочих місць, що у свою чергу податковими відрахуваннями поповнило місцеві, державні чи федеральні бюджети ще на 22 млрд. дол. за рік [5]. Сьогодні передові музеї світу у контексті розвитку культурного туризму відходять від соціально-обслуговуючої моделі до моделі ринково-сервісної. Вони перетворюються на місце дозвілля, освіти та культурного збагачення. Їх експозиції стають більш динамічними, відкритими для відвідувачів, цікавими з позиції маркетингу.

Отже, роль та значення музею в розвитку туристичної галузі значна. Як засвідчує світовий досвід музеї вже давно перетворилися на частину національних економік та засіб залучення міжнародних туристів. В умовах пошуку економічної стратегії виходу з кризи, засобів консолідації суспільства, музей може стати ефективним рішенням. Модернізація музейної сфери сприятиме активізації музейного туризму, внутрішній мобілізації та адаптації до умов ринку, отриманню прибутків, формуванню ділової політики, визначення стратегії. Економічний ефект від діяльності музеїв даватиме туристичній галузі значні прибутки в суміжних сферах, при одночасно низькій рентабельності діяльності самого музею. З цією метою уряду необхідно розробити комплексну програму спрямовану на



модернізацію музейної сфери: збільшення асигнувань з бюджету; зачленення інвесторів; оновлення підходів та методів до роботи музеїв; створення державної агенції з питань формування позитивної іміджевої політики музеїв як в країні так і за її межами; позиціювання оновленого музею як місця колективного відпочинку усієї родини.

Список використаних джерел: 1. Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів України на період до 2022 року // Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rada.gov.ua> 2. UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition // Сайт World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284401727> 3. Дані кількості музеїв // Сайт Museu [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.museum.com/jb/show_maps?action=1&show=5 4. Wildman D. About Museums / D. Wildman // Сайт American Alliance of Museums [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aam-us.org/about-museums> 5. 2015 Visitor statistics Washington, DC // Сайт Washington, DC Visitor Research [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://washington.org/press/DC-information/washington-dc-visitor-research>

6.



O.O. Ткачук, ст. викладач

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне, Україна

I. Яжевич, доктор наук, професор

Академія Поморська в Слупську, Польща

ТУРИСТИЧНІ ОБ'ЄКТИ СТАРОГО МІСТА ВАРШАВИ

Розглянуто деталі формування історико-культурних та архітектурних
рис району Старого Міста Варшави. Наводяться відомості, що сприяють
комплексному сприйняттю об'єктів, що нині стали туристичними
символами столиці Польщі.

Ключові слова: Варшава, Старе Місто, Ринок.

**The details of the historical-cultural and architectural features formation of
the Warsaw Old City are considered. Provided information contributes to the
complex perception of objects that have become tourism symbols of the Poland
capital.**

Keywords: Warsaw, Old Town, Market Place.

Варшава розташована у східній, найбільш низинній – від 76 до 116 м. над рівнем моря – частині Мазовецької низовини так званій Варшавській котловині, яка з давніх-давен характеризувалася досить високою щільністю населення. Перші сліди людини, виявлені тут, походять з 12 -10 тисячоліття до нашої ери. Зручність для землеробства і наявність місця переправи через річку, створили сприятливі умови для поселення в цьому в районі басейну Вісли.

Зміна русла Вісли, що спричинила перенесення переходу через річку призвела до будівництва поселення на околиці старого району Варшави. Нове місто було засноване на землях розташованих на північ від селі Варшови, яке належало Варшу з роду Равичів, внаслідок чого, збудований біля міста посад (торгово-реміснича частина міста), отримав назву – Варшава. Заснування граду і міста стара Варшава сягає межі XII – XIV ст., його засновником вважають полоцького князя Болеслава II, який запросив купців для проживання в тому поселенні [1,2].

Отже, найдревнішою частиною Варшави є Старе Місто. Замкова площа, що поєднує в одне ціле сьогодення з далеким минулім, являє собою ніби вхідні ворота до Старого Міста. Нинішня форма площи сформувалася на початку XIX ст. Колись тут був парадний двір, оточений фортечними стінами.



Площу також прикрашає колона пам'ятника Зигмунту III. Це один з найдавніших в Польщі світських пам'ятників, встановлений в 1664 році королем Владиславом IV на честь його батька Зигмунта III Вази. В роки другої світової війни пам'ятник з колонами було повністю зруйновано. Відновлений пам'ятник встановлено на колишньому місці 22 липня 1949 року. Черговий ремонт пам'ятника здійснено в 1997 році.

Однак найвеличнішою і справді вражаючою будівлею, розташованою на площі, є, безсумнівно, Королівський замок. Саме відновленням замку в 1971 році завершилась повна реконструкція Старого Міста. З 1926 року замок став резиденцією президента держави. Після реконструкції замку в інтер'єрах розміщено декілька тисяч архітектурних і скульптурних деталей, близько 300 картин, 70 статуй, 16 камінів, сотні одиниць меблів, витворів декоративного мистецтва і різноманітних історичних предметів. Залів замку, У 102 залах із 300, крім врятованих після пожеж війни предметів, експонуються сотні творів, подарованих поляками, що живуть в країні та поза її межами, а також розміщені подарунки від урядів дружніх країн. Всі історичні цінності зберігаються в замку в умовах сучасного кондиціонування та протипожежної безпеки. Подібно, як раніше, Королівський замок у Варшаві, крім музеївих функцій, відіграє також представницьку роль [1,2].

Від Замкової площі до староміських провулків веде Свентоянська вулиця. Внесена в 1980 році до міжнародного списку пам'ятників культури варшавське Старе Місто, належить до найкрасивіших куточків польської столиці, де багатовікова історія Варшави тісно пов'язана з її сьогоденням. Під час другої світової війни Старе Місто, створене десятком поколінь, поділило долю всього міста. Відновлене майже з фундаменту, в XVII- XVIII-столітніх формах, відродилось у ще більш барвистому стилі. Оскільки при відновленні середньовічна просторова організація Старого Міста і його історичні архітектурні форми були збережені, зараз воно сприймається як автентичний історичний об'єкт. Роботи по реконструкції Старого Міста (1951-1953) проводилися за проектами цілого колективу архітекторів. В районі Старого Міста заборонений автомобільний рух, що створило атмосферу спокою і статечності, перетворило «Старувку» в оазутиші в центрі півторамільйонного жвавого міста. Стильні вуличні ліхтарі, склепінчасті під'їзди, ковані, залізні дверні ручки і самі двері, яскраве лицювання фасадів, оформлені під старовину вивіски, затишні кав'ярні і ресторани, мелодії музичних інструментів, все це залишає



незабутнє враження. В старому районі розташовані численні культурні установи і організації.

До 1626 року Свентоянська вулиця називалась Гродською або Замковою і вже в XV столітті була забудована житловими будинками городян і представників міського патриціату. Вулиця, розташована на давньому шляху з півдня на північ, разом з Новомейською з'єднувала вже неіснуючі Краківські та Новомейські ворота. Цікавим є, також, колишній дім отців Мансіонаріїв, період будови якого походить від XV століття. Його сучасний вид - це результат реконструкції 1925 року. Поруч знаходяться дві сакральні споруди. Перша з них, кафедральний собор св. Яна, давній храм Варшави, збудований на межі XIII – XIV століття. Храм споруджено відразу під час заснування міста і в XIV столітті розширино шляхом будівництва трьох готичних, однакових за висотою, нефів, а в XVI столітті дзвіниці висотою 70 метрів.

Поруч з собором знаходитьться комплекс єзуїтського монастиря. Храм вирізняється наявністю купола і найвищою в Старому Місті баштою. Він побудований в 1602-1626 р.р. на пожертви короля Зигмунта III на честь Богородиці милосердної покровительниці Варшави. Під фундаментами храму знаходяться доступні для відвідування підвали будинків городян, що згоріли під час пожежі у 1607 році. До 1773 року храм знаходився в руках ордену єзуїтів, потім був костелом, а також резиденцією світських правителів.

Напроти костелу, з іншого боку вулиці, розташований так званий „Дім Метрикантів”, збудований в 1676 році. Коронні „метриканти”, які займалися веденням книг зі списками королівських документів, користувались привілеєм, за яким вони були звільнені від обов’язку приймати на квартиру представників щляхти, що приїжджали на засідання сеймів. Будинок прикрашений красивим порталом і кам’яною статуєю орла 1716 року[2-4].

Ринок Старого Міста, заснований на межі XII – XIV століття, оточений суцільними рядами кам’яних будинків і становить у плані прямокутник розмірами 90 x 73 м. Аж до початку XIX століття Ринок був основним центром політичного, адміністративного, економічного і культурного життя міста. Був арендою багатьох важливих історичних подій. Тут, в 1764 році, жителі Варшави зустрічали новокоронованого короля Станіслава Августа. В 1789 році звідси, під керівництвом президента міста Яна Декерта, розпочався так званий Чорний похід, учасники якого вимагали визнання прав мешканців міста. В дні костюшківського повстання 1794 року на ринку були страчені гетьман Пётр Ожаровський, Юзеф Забелло і маршал Юзеф Анкевич. В період



царського правління на Ринку відбувалися численні патріотичні маніфестації. В 1831 році на Ринок вийшли жителі Варшави, учасники ходи, організованої на честь російських декабристів. Через тридцять років пострілами царських військ тут була розгромлена величезна патріотична маніфестація [3].

До найдавніших будинків Ринку належить кутовий будинок „Під св. Анною” (№ 31), де нині міститься, зокрема, історичний інститут академії наук Польщі. В будинку збереглися залишки готичних стін, декоративні арки і кутові контрфорси, ренесансний аттик і фасад, портал в стилі раннього бароко і декорація сграффіто. На розі будинку в ніші встановлена вирізьблена з піщаниця фігура св. Анни Самотретьою.

Всю північну частину Ринку нині займає історичний музей міста Варшави. Тут, в 60 виставкових залах, розміщених на чотирьох поверхах, зберігаються документи і предмети, які повністю ілюструють історію Варшави з моменту заснування в далекому минулому до сьогоднішнього дня. Історія міста показана широко і різнопланово. Живопис, графіка, ремісничі вироби, пам'ятники матеріальної культури, історичні пам'ятники, фотографії та ікони розповідають про політичну, економічну, громадянську і культурну історію міста, про звичаї жителів за всі сім століть його існування. Старовинні, стилізовані інтер'єри переносять відвідувача в досить давні часи. Тут можна ознайомитись з макетами вже неіснуючих пам'ятників давнини Варшави (зокрема, перший міст через Віслу XVI ст., панорама міста XVIII ст., стара міська Ратуша, вокзал Варшаво-Віденської залізничної дороги середини XIX ст.). В кінозалі музею можна побачити вражаючий документ про зруйнування міста під час війни і його подальше відновлення.

Старе Місто Варшави незмінно приваблює велику кількість туристів з усього світу. Також важливим є те, що інфраструктура міста сприяє комфортному перебуванню гостей міста у столиці Польщі.

Список використаних джерел: 1. Henryk Samsonowicz: Początki Warszawy [w:] Henryk Rutkowski (red.) Początki Warszawy. Spojrzenie po 700 latach.. Warszawa: Wydawnictwo DiG, 2015, s. 14. 2. Rozwój przestrzenny Warszawy. W: Andrzej Rottermund, Jerzy Łoziński: Katalog zabytków dzieł sztuki. Miasto Warszawa. Część I. Stare Miasto. Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1993, s. 40. 3. Nowa Encyklopedia Powszechna PWN. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 2004, s. 491-494 (tom 8). 4. Andrzej Rottermund, Jerzy Łoziński: Katalog zabytków dzieł sztuki. Miasto Warszawa. Część I. Stare Miasto, Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, Warszawa 1993,



**М. С. Яковишина, ст. викладач
М.Ю. Пухович, студент**

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ РЕГІОНУ

2018 рік відзначається як перший рік культурної спадщини в Європі. У популяризації історико-культурної спадщини важливе місце займає екскурсійна діяльність. У статті розглянуто екскурсійний потенціал Рівненщини. Значну увагу приділено театралізованим екскурсіям.

Ключові слова: історико-культурна спадщина, культурна-спадщина, екскурсійна діяльність, театралізований екскурсії, туристичний потенціал.

The 2018 is the first year of the cultural heritage in Europe. Guided tours take an important place in popularizing the historical and cultural heritage. The potential of guided tours through Rivne region are considered in the article. Major role is paid to the theatrical guided tours.

Key words: historical and cultural heritage, guided activities, theatrical guided tours, tourism potential.

Туризм давно став невід'ємною частиною життя більшості людей, а мотиви, заради яких туристи відправляються у подорож, визначають попит на туристичному ринку. Результати останніх досліджень демонструють, що головними мотиваціями для подорожей є: особисте зростання, розширення світогляду, навчання, природа, веселощі, унікальний досвід та ін. [5]. У забезпеченні цих мотивів необмежені можливості має екскурсійна діяльність, яка являє собою наочний процес пізнання людиною навколошнього світу. Цей процес будується з використанням заздалегідь відібраних об'єктів, і відбувається під керівництвом кваліфікованого гіда-експурсолога у відповідності до заздалегідь визначеної тематики.

В контексті сервісного забезпечення турпродукту екскурсія покликана задоволити духовні, естетичні, інформаційні потреби людини, реалізовуючи пізнавальну функцію туризму: розширення світогляду, організації культурного дозвілля, відпочинку, спілкування. Екскурсії збуджують інтерес населення до пізнання рідної чи іноземної країни, її історико-культурних та природних пам'яток, а отже, допомагають формувати мотивацію у туристів відправитись у



подорож, щоб ознайомитись з найбільш видатними пам'ятками давнини і сьогодення. Основою екскурсійних об'єктів виступає історико-культурна спадщина туристичного регіону.

З метою формування стійкого бажання людей знайомитися з багатою і різноманітною культурною спадщиною Європи, цінувати її особливості, а також помічати роль культурної спадщини в суспільстві в цілому, Європейський парламент прийняв рішення відзначити 2018 рік як рік Культурної Спадщини в Європі [6].

Культурна спадщина має безліч форм, зокрема:

- матеріальні - наприклад, будівлі, пам'ятники, артефакти, одяг, твори мистецтва, книги, машини, історичні міста, археологічні пам'ятники;
- нематеріальні - практики, уявлення, вирази, знання, навички, пов'язані з ними інструменти, об'єкти і культурний простір, що включає мову і усні традиції, соціальні практики і традиції;
- природні - ландшафти, флора і фауна;
- цифрові - ресурси, які були створені в цифровій формі (наприклад, цифрове мистецтво або анімація) або які були оцифровані як спосіб їх збереження (у т. ч. текст, відео, тощо).

Сформульовано 10 основних ініціатив Європейського року культурної спадщини в Європі, які розподілені за 4 напрямками:

Залучення:

- спадщина - загальна і належить усім нам;
- спадщина в школі - діти відкривають для себе найбільш цінні об'єкти спадщини та традицій;
- молодь для спадщини - молодь дає спадщині друге життя.

Стійкість:

- спадщина в аспекті трансформації - пристосування індустріальних будівель, релігійних споруд і військових об'єктів і ландшафтів;
- туризм і спадщина - відповідальний і постійний туризм навколо об'єктів культурної спадщини.

Захист:

- дбайливе ставлення до спадщини - розробка стандартів по роботі зі спадщиною.
- спадщина у небезпеці - боротьба з незаконним обігом культурних цінностей і управління ризиками.

Інновації:

- навички, пов'язані зі спадщиною - покращена освіта і набуття традиційних і нових професій;



- усе для спадщини - підтримка соціальних ініціатив, участь громадян і спільнот;
- наука для спадщини - дослідження, інновації, наука і технології на благо спадщини [6].

Неможливо навчити любити, цінувати та вивчати природу, історію та культуру своєї країни за книжками і фотографіями. Люди повинні мати можливість все побачити своїми очима, навіть, торкнутися, відчути запах. Для цього їх організовують екскурсії. Ефективність екскурсій залежить значною мірою від мистецтва переконливо, яскраво і зрозуміло викладати матеріал. Досить гарно на екскурсії можна інтерпретувати легенди та таємниці туристичної дестинації, поєднавши їх з історико-культурними пам'ятками. Великий потенціал у даному аспекті мають театралізовані екскурсії.

На нашу думку гарним прикладом реалізації туристичного потенціалу історико-культурної спадщини Рівненщини є відтворення історії та зображення літературних образів під час театралізованої нічної екскурсії у Державному історико-культурному заповіднику м. Дубна. Зокрема, досить цікавим є фрагмент екскурсії, коли екскурсанти спостерігають за відтворенням епізоду з твору Миколи Гоголя «Тарас Бульба», у якому козаки взяли в облогу Дубно, а Андрій, син Тараса Бульби, йде до своєї коханої панночки. Постановка зустрічі з панночкою, яка вирішує долю Андрія (він відрікається від батька, брата, козацтва і вітчизни заради коханої і переходить на сторону поляків), є дуже доречною для сприйняття літературних образів героїв історичного роману.

Активної форми театралізація даної екскурсії набуває біля експозиції зі зброяєю – відвідувачі за бажанням можуть підгострити шаблю чи меч. На виставці замкових схронів пробуджується уява великих розмірів запасів харчів. Дуже доречною є тетралізація трапези Яна Богдана Сусло, охоронця і постачальника зброї князів Острозьких. Частування екскурсантів квасом та вином з дерев'яного посуду впродовж екскурсії теж робить внесок у створення атмосфери князівської епохи.

Екскурсовод, використовуючи метод прикладу особистості, пов'язаної з історією замку, розповідає про знамениту Beату Дольську, котра, дізнавшись на власному весіллі про раптову облогу татарами Дубенської фортеці, не розгубилась, а вийшла на замкові мури, увійшла у башту та наказала зарядити гармату, вистрілом з якої вона влучила у шатро хана. Татари, сприйняли це як поганий знак і відступили [1].



Зважаючи на успішний досвід проведення театралізованих екскурсій у Дубенському історико-культурному заповіднику, ми вирішили запропонувати ідеї для проведення театралізованої екскурсії у Рівненському обласному краєзнавчому музеї. Метою однієї з таких екскурсій може бути відтворення образу давньої Волині, зокрема давньої Рівненщини. На приклад, використовуючи прийоми театралізації під час викладу інформації про важливі сторінки історії Рівненщини, можна зробити постановку процесу написання Пересяпницького Євангеліє, зокрема, зобразити ченця, який оформлює сторінки фоліанта. Використовуючи методи розвитку загального та критичного мислення, звернути увагу на те, що всі 964 сторінки фоліанта було написано на пергаменті. Задати екскурсантам питання: «Чому на світанку книгодрукування для Євангеліє було обрано пергамент, а не папір?» Створити інші проблемні завдання, зокрема, попросити визначити основні проблеми того часу. При цьому звернути увагу на те, що Євангеліє створювалось у складне століття, коли загострились боротьба з католицькою експансією і впливом протестантизму, а також релігійні розбіжності між Сходом і Заходом. Потрібно розкрити відвідувачам ті невидимі зв'язки, які поєднують людей у спільноту – «українці».

Рівне – це красиве і цікаве місто з прекрасною архітектурою та історичними пам'ятками. Рівнянам завжди є чим пишатися, а гости мають на що подивитися. Оглядові екскурсії містом також здатні надихнути людей знайомитись з багатою та різноманітною історико-культурною спадщиною. На допомогу у розробці екскурсій може прити віртуальна карта об'єктів історико-культурної спадщини міста Рівне. Робота над картою здійснювалася в рамках проекту «Відповідальність за пам'ять», який реалізується ГО «ЦСПП «Мнемоніка» за підтримки Rosa-Luxemburg-Stiftung в Україні. На карту нанесено понад 100 об'єктів пов'язаних із розвитком міста у міжвоєнний період (1919–1939 рр.). Серед них: християнські та юдейські святині, польські адміністративні будівлі, освітні й культурні заклади пов'язані з життям української, польської, єврейської, чеської та російської громад Рівного [3].

Найстарішою будівлею у Рівному є Свято-Успенська церква, побудована у 1756 р. За легендою, у ній молився лідер гайдамацького руху Іван Гонта перед битвою з польською шляхтою. Збереглася дзвіниця і «ланцюг моральних зasad», до якого у XVIII ст приковували нечестивих прихожан для публічного спокутування гріхів.

Варто згадати також значний внесок у популяризацію єврейської культурної спадщини нашого регіону проекту «Shtetl routes. Об'єкти



єврейської культурної спадщини в транскордонному туризмі», у рамках якого були розроблені екскурсійні туристичні маршрути, які проходимуть прикордонними регіонами Польщі, Білорусі та України, у тому числі і Рівненщиною [4].

Показовими об'єктами культурної спадщини Рівненської області крім м. Дубна є також Національний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестецької битви» у селі Пляшева Радивилівського району, державні історико-культурні заповідники Острога, Корця, Тараканівський форт та ін. Зокрема, на території Корця є 8 пам'яток архітектури національного значення, основну частину яких складають культові споруди, а найбільше вимагає реставрації замок князів Корецьких. До комплексу Державного історико-культурного заповідника міста Острога входить 9 об'єктів, які є пам'ятками архітектури національного значення, з них терміново потребують реставрації унікальні об'єкти: Вежа Мурвана та Луцька Башта. Зокрема, у Вежі Мурваній функціонує музей, який відкрили ще понад 100 років тому – у 1916 році, а у Луцькій Башті розміщується музей книги та друкарства [2].

Отже, туризм і культурна спадщина взаємопов'язані, а вдало організована екскурсійна діяльність може істотно допомогти у формуванні стійкого відповідального туризму навколо об'єктів історико-культурної спадщини регіону. Культурна спадщина має універсальну цінність як для окремих осіб, так і суспільства в цілому. Важливо зберегти її і передати майбутнім поколінням. Історико-культурна спадщина України, її Рівненщина зокрема, відіграє велику роль у покращенні якості життя та побудові сталого майбутнього.

Список використаних джерел: 1. Дубенський замок жодного разу не був завойований [Електронний ресурс] // – Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/travels/_dubenskij-zamok-zhodnogo-razu-ne-buv-zavojovaniy-4/434750. 2. Рівненщина туристична [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://rivne.travel.ua>. 3. Управління культури і туризму виконавчого комітету Рівненської міської ради [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <http://culture-rivne.com.ua/tourism>. 4. Шляхами штетлів. Об'єкти єврейської культурної спадщини в транскордонному туризмі [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://shtetlroutes.eu>. 5. Beckmann, Christina (2017). Research Reveals Adventure Travelers Primarily Motivated by Transformation // Adventure Travel News. – Режим доступу: <https://www.adventuretravelnews.com/research-reveals-adventure-travelers-primarily-motivated-by-transformation>. 6. European Year of Cultural Heritage [Електронний ресурс] // – Режим доступу: <https://europa.eu/cultural-heritage/european-year-cultural-heritage>.



Яроменко О.В., к.геогр.н., доцент
Токар О.І., ст. викл.

Міжнародний економіко-гуманітарний
університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне

АНАЛІЗ САКРАЛЬНО-ТУРИСТСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ РІВНЕНЩИНИ НА ПРИКЛАДІ МОНАСТИРСЬКИХ КОМПЛЕКСІВ

Здійснено аналіз монастирів як складових сакрально-туристичного потенціалу Рівненщини. Висвітлено історичні особливості формування і становлення монастирських комплексів на Рівненщині. Визначено туристичну привабливість та роль монастирів у розвитку рекреаційно-туристського комплексу регіону.

Ключові слова: монастир, сакрально-туристський потенціал, регіон.

The article deals with the analysis of monasteries as components of the sacral and tourist potential of Rivne region. The historical features of formation and development of monastic complexes in Rivne region are highlighted. The tourist attraction and the role of monasteries in the development of the recreation and tourist complex of the region are determined.

Key words: monastery, sacral and tourist potential, region.

Імідж області «Рівненщина туристична» формують природні рекреаційно-туристські об'єкти завдяки великому природно-ресурсному потенціалу. Проте Рівненщина є територією й з багатою історико-культурною спадщиною в структурі якої вагоме місце займають сакральні споруди. Висока мозайчність у релігійно-конфесійному складі населення Рівненщини диктує різноманітність сакрально-культурної спадщини в регіоні, що досить важливо врахувати при формуванні рекреаційно-туристського комплексу.

На території області нараховується 109 пам'яток архітектури національного значення, більшість з них (75) це сакральні споруди (церкви, дзвіниці, монастири) [2]. Здійснimo аналіз сакрально-туристських ресурсів Рівненської області на прикладі монастирських комплексів, як найбільш привабливих серед туристів.

Історично першою визначеною сакральною пам'яткою Рівненщини вважають печерний і наземний монастир у с. Кураш. Заселення датується XII ст. В кін. XV – поч. XVI ст. князі Гольшанські-



Дубровицькі вибудували храм в с. Кураш і освятили його в ім'я Преображення Господнього [1].

У підпорядкуванні Рівненської єпархії Української православної церкви (Московський Патріархат) знаходяться дев'ять монастирів та два скити, а у Сарненської єпархії – шість. До прикладу Корецький Свято-Троїцький жіночий монастир (Ставропігійний) (1620 р.) є серед числа найбільш відомих на теренах України й привабливим серед паломників з сусідніх країн. У Свято-Троїцькому храмі знаходиться престоли на честь Святої Трійці, Успіння Пресвятої Богородиці та в ім'я преподобного Йова Почаївського. Серед релігійних святынь монастиря найціннішою є ікона Божої Матері – «Споручниця грішних». При монастирі діють музей та готель для розміщення паломників, а вода з монастирського колодязя вважається вірними православної церкви цілющою. До числа найбільш відвідуваних належать Свято-Миколаївський Городоцький жіночий монастир – пам'ятка архітектури зі статусом лаври, що знаходиться у селі Городок Рівненського району. Головною святынею монастиря є чудотворний образ Божої Матері «Козельщанська» (Милосердна), що переданий в дар монастирю Києво-Печерською Лаврою. У підпорядкуванні монастиря Свято-Георгіївське подвір'я в м. Рівне, Свято-Вознесенське подвір'я в смт. Млинів та скит з джерелом Святої праведної Анни в с. Онишківці. У с. Межирічі Острозького району знаходиться Свято-Троїцький Межиріцький чоловічий монастир – комплекс архітектурного ансамблю XVI–XVII ст. Серед усіх монастирських комплексів Рівненщини, він має найвищий потенціал для розвитку екскурсійного сакрального туризму. Загалом архітектурний ансамбль включає пам'ятки загальнодержавного значення: Троїцька церква; два корпуси келій з чотирма прибудованими вежами; південно-східний корпус; надбрамна дзвіниця, оборонні мури з баштами. Головною сакральною святынею є чудотворна ікона «Богородиця життеподательниця» (XIV ст.) [1;3]. Білівський монастир вважаємо перспективним центром релігійно-паломницького туризму. Головними святынями обителі є ікона Божої Матері «Стягнення загиблих» та ікона Діви Марії «Достойно є». Жіночий монастир Різдва Пресвятої Богородиці може стати як популярне місце паломництва та туризму не лише в регіоні, а й на теренах України. Архітектурний комплекс монастиря складається з двох церков та корпусу келій. Об'єктом поклоніння паломників є чудотворна ікона «Віднайдення загиблих та пропалих безвісти». Монастирю також підпорядкований Скит Собору Дванадцяти Апостолів у с. Рогачів [3]. Успенський чоловічий монастир у с. Липки відновлений в 1991 р. Паломників сюди приваблює святе джерело, яке



за легендою зцілило засновника обителі від невиліковної хвороби. Визначне місце в історії Волинського краю посідає Дерманський Свято-Троїцький жіночий монастир. Здавна обитель була не лише важливим релігійним, а й культурним та освітнім центром. Її управителем був першодрукар І. Федоров, настоятелем – діяч М. Смотрицький. У 1602 р. при монастирі було засновано школу та друкарню [1]. Сьогодні обитель є об'єктом паломництва, куди прямують віруючі з метою помолитися чудотворній Казанській іконі Божої Матері, обновленій іконі «Хрещення Господнє» та іконі Божої Матері «Семистрельна», яка мироточить. Архітектурний ансамбль монастиря в поєднанні з довколишніми особливостями ландшафту та історичним минулім слугують хорошиою базою для розвитку тут релігійного туризму пізнавальної спрямованості. Андрусіївський жіночий монастир на честь Благовіщення Пресвятої Богородиці було відкрито у 2016 р. Оскільки будівля монастиря представлена звичайною сільською садибою, він на разі не виступає об'єктом релігійного туризму. Монастир на честь Іверської ікони Божої Матері в с. Голуби відкритий у 2010 р. Архітектурний комплекс складається з двох житлових будівель (келій) та храму, відомих святынь немає. Оскільки неподалік монастиря знаходиться скит Святої праведної Анни паломники часто приїздять і сюди.

Монастирі Сарненської єпархії засновані в період кінця ХХ-початку ХХІ ст., тому їхні ансамблі не включають визначних пам'яток архітектури. Це унеможливлює розвиток релігійного туризму на високому рівні, проте вони все ж виступають об'єктами паломництва місцевих жителів. Серед них, жіночий монастир Різдва Пророка Предтечі і Хрестителя Іоанна у с. Тутовичі, що є найпривабливішим серед відвідувачів. Обитель збудовано у 2002 році в заповідному урочищі «Тріщава» оточеному двохсотрічними дубами. Об'єктом паломництва є відоме з XIX ст. святе джерело, на місці якого була старовинна каплиця, а зараз знаходиться монастир. Цілющі джерела є також у Федоринський чоловічому монастирі на честь ікони Божої Матері «Живоносне Джерело» та Покровському чоловічому монастирі в с. Хотинь [1].

Українська православна церква Київського патріархату є другою конфесією на території Рівненщини по числу прихильників. Один з найвищих потенціалів для розвитку сакрального-експкурсійного туризму серед монастирів конфесії має Свято-Воскресенський чоловічий монастир на Повстанських Могилах, розташований поблизу с. Мости в урочищі «Гурби». Заснований у 2005 р., тому серед її будівель немає пам'яток архітектури. Проте саме урочище в якому



знаходиться монастир характеризується як подієвий рекреаційний ресурс. Свято-Варваринський жіночий монастир в м. Дубно діє починаючи з 2004 р. Обитель розмістилася у стінах колишнього католицького монастиря кармеліток, історія якого починається в XVII ст. Будівлі належать до пам'яток архітектури національного значення та становлять історичну цінність. Свято-Хрестовоздвиженський чоловічий монастир знаходитьться в с. Панталя – на цьому місці монастир з такою ж назвою відомий ще з XVI ст. коли його ігуменом був Іов Почаївський. Сьогодні це великий осередок паломництва на теренах області серед вірних УПЦ КП. У 2015 р. тут відразу замироточили шість ікон в храмі та келії намісника святині. Віруючі вважають ікони чудотворними і свідчать про зцілення від багатьох хвороб. У м. Дубно у 2000 р. відкрито Свято-Миколаївський чоловічий монастир р., спочатку це був жіночий монастир і тільки в 2014 р. його статут, рішенням Священного Синоду, було змінено. Будівлі в яких розміщена обитель є одними з найцінніших пам'яток архітектури національного значення на теренах області. Загалом архітектурний комплекс об'єкту складається з двох основних елементів – Луцької брами та Бернардинського монастиря [1-3]. Свято-Георгіївський чоловічий монастир у с. Пляшева є однією з найвідоміших на теренах Рівненщини оскільки входить до складу меморіального комплексу «Поле Берестецької битви».

Римо-католицька церква на території Рівненської області представлена Рівненським деканатом Луцької дієцезії. Відтак в регіоні немає діючих монастирів. Кількість прихильників конфесії складає 1,5 % від загальної кількості населення [3]. Проте, зважаючи на особливості історичного розвитку краю, тут збереглося багато пам'яток католицької сакральної архітектури, які слугують хорошою базою для розвитку туризму. Монастир капуцинів в м. Острог (XVIII ст.) – архітектурний ансамбль, що складається з костелу Святої Трійці (нині храм преп. Федора Острозького), двохповерхового корпусу келій, комплексу господарських будівель та мурованого паркану. У XIX столітті після передачі монастиря православній церкві, його костел було перебудовано на церкву-муравйовку, а після повернення католикам повернуто первісний вигляд. Сьогодні в стінах монастиря розмістився національний університет «Острозька Академія». В музеї Острога наявна колекція експонатів, що включає кілька старовинних ікон, найдіннішою серед яких є ікона XVIII ст. «Христос-пантократор та святий Стефан», стародруки, серед яких й славнозвісна Острозька Біблія, художні твори та скульптури відомих українських митців. Костел Успіння Діви Марії в Острозі – пам'ятка архітектури



національного значення XV-XIX ст., найстаріша християнська культова споруда міста. Історія костелу Св. Антонія в Корці починається у 1533 р. та є пам'яткою архітектури національного значення [2]. Костел Святого Антонія у Великих Межирічах знаходиться неподалік від Корця і може бути включений до екскурсійної програми, окрім того поблизу нього знаходиться світська пам'ятка – палац Стецьких. Благовіщенський костел у Клевані належить місцевій парафії римо-католицької церкви – сакральна пам'ятка архітектури національного значення. В середині XVII століття при храмі діяв монастир ордену езуїтів, які були сюди запрошені місцевими князями для просвітницької діяльності. Парафіяльний костел святого Яна Непомука в м. Дубно є пам'яткою сакральної архітектури місцевого значення. Збудований у 1830 р. місцевим ксьондзом Алоїзом та входить до складу Дубенського історико-культурного заповідника. Серед католицьких сакральних пам'яток міста Дубно є відомі монастир ордену Кармелітів та Бернардинський монастир, в яких сьогодні розмістилися православні обителі [3].

Монастирські комплекси розміщені на території області нерівномірно. Найбільше монастирів як сакральних об'єктів знаходиться на території Рівненського, Острозького та Корецького районів Рівненщини. Для успішного застосування монастирів як сакрально-туристичних ресурсів необхідно провести масштабну роботу щодо розробки нових туристських маршрутів, які включають й менш відомі релігійні об'єкти та досить ефективним вважаємо, створення комплексних туристських маршрутів, з поєднанням релігійних святынь та інших видів туристсько-рекреаційних об'єктів (природних, культурно-історичних). Не менш важливим для успішного функціонування релігійно-паломницького туризму в складі рекреаційно-туристського комплексу регіону залишається й утримання належного рівня розвитку інфраструктури (закладів ночівлі, харчування, транспортної доступності тощо).

Список використаних джерел: 1. Рожко В. Православні святині історичної Волині / В. Рожко. – Луцьк: ВАТ «Волинська обласна друкарня», 2009. – 558 с. 2. Відділ культури і туризму Рівненсько РДА. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cultura.rv.ua> 3. Яроменко О.В. Перспективи розвитку сакрального туризму у Рівненській області / О.В. Яроменко, Т.М. Шевчук // Психолого-педагогічні основи гуманізації навчально-виховного процесу в школі та ВНЗ: збірник наукових праць. – №2 (18). – Рівне: РВЦ МЕГУ ім. акад. С. Дем'янчука. – 2017– С. 214–219.



6. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇН ТА РЕГІОНІВ

УДК 911.3: 338.48

O. V. Гладкий, д.геогр.н., професор

Київський національний торговельно-економічний університет

МУЗЕЇ СВІТУ ЯК ПРОВІДНИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Розкрито географічні аспекти поширення музеїв в різних країнах світу. Досліджено їх галузеву і територіальну структуру. Визначено роль і значення музеїв як провідного ресурсу розвитку системи міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, музей, географія музеїв світу, галузева і територіальна структура.

The geographical aspects of museums distribution in different countries all over the world are revealed. The sectoral and territorial structures of world museums are investigated. The role and importance of museums as the leading resources for development of international tourism system is determined.

Key words: international tourism, museum, geography of world museums, sectoral and territorial structure.

Нині, за даними ЮНЕСКО, у світі налічується майже 38 тисяч музеїв. Близько двох третин із них припадає на європейський континент (приблизно 24 тисячі), який по праву отримав статус світової музейної скарбниці. На інших континентах кількість музейних закладів помітно менша. Так, у Північній Америці нараховується понад 6 тисяч музеїв (основна їх кількість припадає на Сполучені Штати), у Південній Америці – майже півтори тисячі, в Азії – 4 тисячі (за рахунок Китаю, Японії та Індії), в Австралії та Океанії – 2 тисячі, а в Африці всього – 411 музеїв. Як видно, у світі чітко простежується тенденція, за якої музейна справа отримала найбільший розвиток в осередках зародження цивілізації (в Середземномор'ї, на Близькому Сході, у континентальній Азії), в державах, що нагромадили музейні цінності шляхом ведення у минулому загарбницьких воєн (деякі країни Західної Європи), а також в інших розвинутих постіндустріальних країнах світу (США, Японія) (рис. 1).

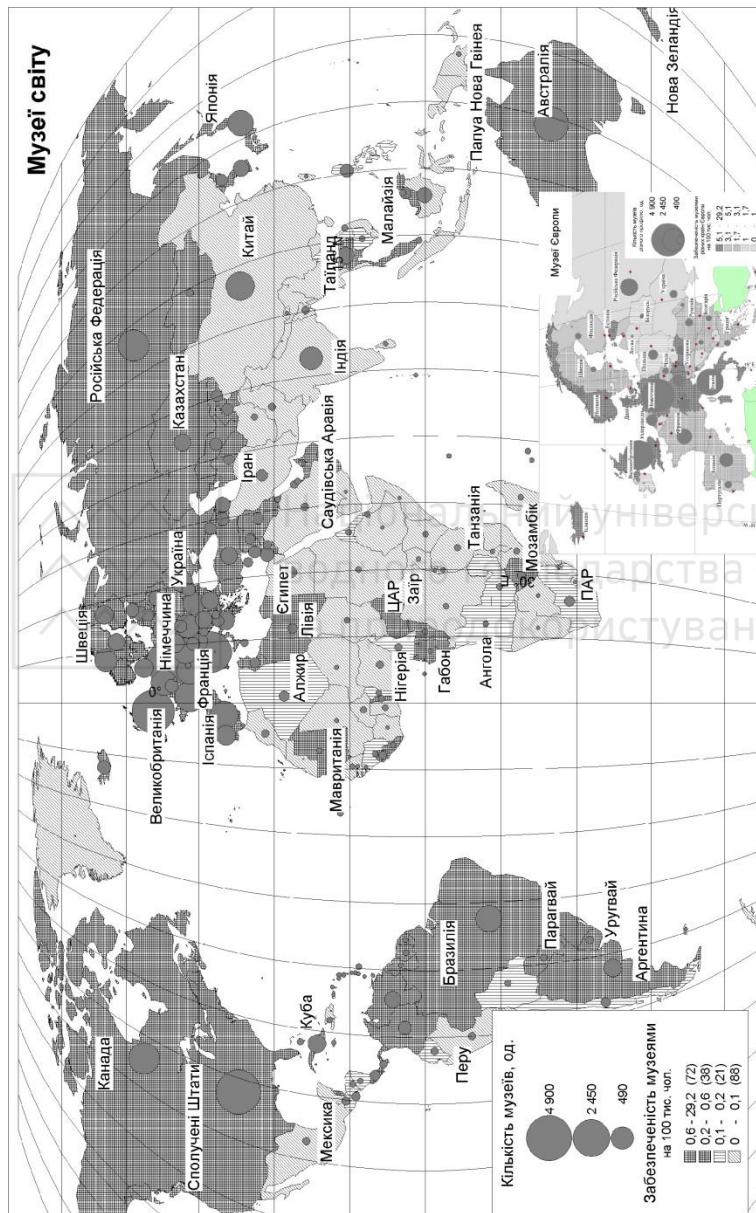


Рис. 1. Географія Музеїв світу



У кожній частині світу склалися свої унікальні умови для розвитку музейної справи. Найбільш сприятливими вони були у Європі, де сформувались еллінська, антична та середньовічна цивілізації, відбувались спустошувальні військові походи на північ Африки, Малу Азію та Центральну Америку. Саме тому, європейські музеї мають найбагатші зібрання експонатів древніх цивілізацій Стародавнього Сходу і Середземномор'я, індіанських племен Андського гірського пасма, Панамського перешейка та Юкатану, а також власне європейські твори мистецтва, архітектури, скульптури та графіки. В Європі переважають музеї історичного та мистецького профілю, зібрані переважно на основі колекцій монархів, монастирів, духовних братств і академій. Кількість музеїв технічного профілю незначна, вони переважно розміщуються в Німеччині, Нідерландах, Великобританії. Багато закладів присвячених окремим особистостям, видатним письменникам, діячам культури та мистецтва [2].

Азійські музеї відрізняються від європейських більш глибоким історико-культурним та релігійним змістом, заснованим на духовній культурі Сходу. Їх переважна більшість присвячена традиційним (на півдні та сході) і християнським (в Малій Азії) віруванням та розташована у колишніх храмах, мечетях і монастирях. Духовні скарби Азії представлені в експозиціях старовинних християнських, юдейських, мусульманських, санскритських, синтоїстських та буддійських бібліотек, культових споруд та сховищах релігійних реліквій. Доволі мало природничо-наукових та науково-технічних музеїв, їх основна кількість знаходиться в Японії і частково в Китаї [5;6].

В азійських державах колишнього Радянського Союзу зберіглася значна кількість музеїв військової та революційної історії, які нині змінюють свій профіль. Характерною особливістю азійського регіону є те, що у ньому представлена незначна кількість меморіальних музеїв, присвячених видатним діячам історії та особистостям. Однак, та невелика кількість музеїв подібного профілю користується величезним попитом серед мешканців країни. Переважають музеї політичних лідерів (Китай), духовних вождів (Індія), військових ватажків (Монголія, Ірак, Афганістан).

Північноамериканські музеї відрізняються високим рівнем сучасності експозицій. Сформовані на основі колишніх промислових виставок, вони пропонують відвідувачам ознайомитись з розвитком та сучасною могутністю різноманітних промислових підприємств та корпорацій, висвітлюючи переважно лише комерційну сторону справи. По суті, північноамериканські музеї нагадують виставки історичних і



сучасних зразків техніки та обладнання, відкриті в рекламних або комерційних цілях. Це – високотехнологічний конгломерат, покликаний захоплювати та приголомшувати відвідувачів неординарністю підходу та ультрасучасним оснащеннем. Історичних музеїв на континенті замало, оскільки широкомасштабне освоєння цих земель європейцями почалось лише у 17-18 ст. Так, можна зустріти музеї, присвячені подіям Громадянської війни Півночі і Півдня (1861-1865 рр.), а також музеї історії колонізації Америки (з експозиціями побуту та життя індіанських племен). Є також музеї історичних особистостей, проте це не люди науки чи мистецтва, а, перш за все, політичні діячі та підприємці [1;3].

Музеї Південної Америки, на відміну від Північної в основному історичні та історико-архітектурні. В державах Андського пасма розташовано значну кількість музеїв історії та побуту індіанських племен, а в Бразилії, Аргентині, Венесуелі – музеї історії відкриття та колонізації Америки. Окремі музеї технічного профілю розміщуються в Бразилії, переважно на основі експозицій діючих там транснаціональних корпорацій. Також, на континенті багато музеїв релігійного змісту (як католицького так і місцевого нехристиянського спрямування), є заклади, що експонують витвори європейського мистецтва (Іспанії, Португалії та ін.) вивезені до Америки під час колонізації. Є також музеї окремих особистостей, пов'язаних переважно з європейським етапом розвитку континенту [4;5].

Музеї Австралії та Океанії мають доволі однорідний профіль. Майже всі вони присвячені історії європейського відкриття і дослідження земель, а також особистостям першовідкривачів і мореплавців. Проте, невелику частину складають музеї місцевого побуту та культури, природної спадщини та мінеральних багатств. Хоча кількість музеїв Океанії доволі значна (біля 2 тисяч), однак відомості про їх фонди і профільні напрямки дуже розрізnenі й неповні [6].

Музеї Африки дуже нечисленні. На цьому континенті найчастіше зустрічаються країни, які мають всього лише один музей. Історично склалось так, що всі музеї Африки чітко розподілені в межах континенту за своїм профілем. Межею розподілу став природний бар'єр – пустеля Сахара, північніше якої знаходилася відома римлянам та європейцям земля, а південніше – тропіки, території непридатні для існування людини у давньогрецькому уявленні. На північ від Сахари розташовані музеї древньоєгипетської цивілізації, історії еллінського періоду розвитку, римської колонізації та більш пізнього мусульманського Магрибу. На південь від Сахари знаходяться



переважно музеї фетишів, тотемних вірувань, або колоніальні музеї колишніх метрополій (Франції, Великобританії, Португалії). Характерною особливістю Африки є наявність значної кількості музеїв, присвячених незалежності окремих країн та етапам боротьби за неї. Найбільш це притаманно для південної і центральної частини континенту. В Африці дуже мало меморіальних та технічних музеїв, музеїв релігії (окрім мусульманської півночі). Проте, поширені музеї-виставки коштовностей та дорогоцінних мінералів.

Список використаних джерел: 1. Игнатьева В. Н. Музееоведение. Советские музеи. / Игнатьева В. Н. – М.: Культура, 1968. – 64 с. 2. Левыкин К. Г. Музееоведение. / Левыкин К. Г. – М.: Высшая школа, 1988. – 430 с. 3. Лысикова О. В. Музеи мира: Учеб. пособие / Лысикова О. В. - Саратов: Изд-во Саратовського гос. ун-та, 2001. - 112 с. 4. Музеи мира. Справочник-путеводитель. – М., 1976. – 215 с. 5. Сто великих музеев мира: Справочник / Автор-состав. Н.А. Ионина. – М.: Вече, 1999. – 512 с. 6. Юрієнєва Т. Ю. Музееоведение: Учебник. / Юрієнєва Т. Ю. - М.: Академіческий Проект, 2003. – 560 с.



Національний університет
водного господарства
та природокористування



К. Ю. Громаченко, к.с.-г.н., доцент
А.П. Пірог, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

СУЧАСНИЙ СТАН ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА КОВЕЛЬСЬКОГО РАЙОНУ

Виявлені актуальні проблеми готельного господарства Ковельського району та визначені напрями щодо розвитку сфери гостинності. Описано туристичний потенціал та показано засоби розміщення у Ковельському районі, їх характеристика та відгуки туристів.

Ключові слова: готельне господарства, сфера гостинності, рекреаційний потенціал, Ковельський район.

The actual problems of the hotel industry of Kovel region are revealed and directions for the development of the sphere of hospitality are determined. The tourist potential is described and the means of accommodation in the Kovel region are shown, their characteristics and the opinions of tourists.

Keywords: hotel industry, hospitality area, recreational potential, Kovel district.

В останні роки туристична галузь стала важливим соціальним і політичним явищем, що здійснює вплив на економіку нашої країни. Щорічно у світі здійснюється майже мільярд туристичних подорожей. Туризм формує до 10% сукупного ВВП країн ЄС та сприяє соціально-економічному розвитку країн. [1].

Проблемами розвитку туризму в Україні займаються Г. Бак, Ю. Баращ, Л. Богуш, В. Данильчук, О. Кальченко, В. Кифяк, В. Цибух, І. Школа та ін.[2]. Кожен з них вніс свій істотний вклад у дослідження щодо перспектив розвитку туризму в нашій країні, але й досі наша держава, не дивлячись на багатий природний та історико-культурний потенціал, використовує його недостатньо. Згідно зі статистичними даними, у сфері подорожей і туризму Україна посідає 78-е місце серед усіх країн світу.

Готельні підприємства виконують одну з важливих функцій в обслуговуванні: забезпечують туристів житлом та побутовими послугами. Витрати туристів на готельні послуги становлять від 30 до 70% всіх туристичних витрат. Okрім того, комфорт - головний предмет вимог, який пред'являють туристи до готельного сервісу.

Нами були проаналізовані такі чинники розвитку готельного господарства Ковельського району як: природо ресурсний та історико-



культурний потенціал; розвиток туризму в регіоні за видами; існуючі засоби сфери гостинності в регіоні.

Волинська область володіє значним потенціалом для залучення туристів, у тому числі й закордонних. Регіон займає вигідне географічне положення, через його територію проходять важливі транспортні шляхи, які сполучають Європейський Союз із країнами Східної Європи. Okрім цього, область багата на природні та історико-культурні рекреаційні ресурси, проте їх освоєння залежить від якості допоміжної та рекреаційної інфраструктури, до якої відносимо готельну індустрію. Наявність значної кількості закладів гостинності в регіоні безпосередньо впливає на кількість туристів, хоча й не є вирішальним чинником розвитку туризму [4].

Ковельський рекреаційний район почав формуватися на основі цінних, високоатрактивних лісо-озерних комплексів, мережі мисливських господарств, санаторно-курортних ресурсів. Загальна площа району 1723 км².

Розвиток туризму в Ковельському рекреаційному районі передбачає ознайомлення з визначними пам'ятками історії та архітектури, традиціями місцевого населення. На території Ковельщини розташовано 27 озер та десятки інших водойм, зокрема озера Сомин, Любче, водосховища поблизу сіл Новий Мосир, Кричевичі.

Візитною карткою Ковельщини є літературно – меморіальний музей – садиба Лесі Українки в с.Колодяжне зі своїм сектором “Лісова пісня” в урочищі Нечимне. Саме урочище це ландшафтний заказник площею 40га - унікальний природний комплекс, що складається з озера карстового походження, окрім дерева мають вік понад 300 років, наявні рідкісні рослини, занесені до Червоної книги.

Культурна спадщина Ковельського району вражає своєю унікальною сакральною архітектурою, об'єктами історії, монументального мистецтва, археології. Зокрема, на вищезгаданій території зареєстровано 88 пам'яток історії культури, 19 пам'яток містобудування і архітектури національного і місцевого значення, одна пам'ятка історії національного значення.[5].

Встановлено, що одним із розвинених форм туризму в регіоні є сільський зелений туризм – форма відпочинку в приватних садибах з широкими можливостями використання природного, матеріального і культурного потенціалу Ковельщини [4, 5].

Сприяє розвитку туризму в регіоні також і позитивні зміни в сфері індустрії гостинності, яка створює комфортні умови відпочинку гостям регіону в Ковельському районі. Найбільш популярними є гостинні садиби «Несухоїкі» (біля с.Тойкут), «Козацька застава»(с. Воля Ковельська), «Крайня хата»(с. Скулин), «У Петровича» (с.Будище).



Лікувально-оздоровчі заклади в Ковельському районі представлені санаторієм матері і дитини “Турія” поблизу приміського села Зелена, позаміським закладом оздоровлення і відпочинку «Оберіг» поблизу озера Уховецьк [5].

Відпочинок пропонують готельно-ресторанні комплекси, що розташовані на території Ковельського району, а сам: «Берегиня», «Золота підкова», «Shelter», де туристам пропонується відпочинок у комфортабельному готелі, харчування у ресторані.

Аналіз статистичних даних засвідчує деформовану структуру розміщення, наприклад, ресторани найбільш зосереджені в містах, у селях – кафе, бари, їдаліні. У 2012 році функціонувало 10 засобів розміщення у Ковельському районі, а на сьогоднішній день уже є 14 засобів розміщення. Причина такої диференціації – наявність залишнього промислового вузла – м. Ковель.[6]

У Ковельському рекреаційного району із загальної кількості готельно-ресторанного господарства переважають їдаліні, кафе, готелі, туристичні бази й бази відпочинку. Заклади готельно-ресторанного господарства розміщені по території району нерівномірно. Отже, у Ковельському рекреаційному районі Волинської області наявні об'єктивні передумови для розвитку готельно-ресторанного господарства.

Проведено аналіз підприємств готельного господарства даного рекреаційного району, з'ясуванні просторові диференціації, досліджено номерний фонд засобів розміщення.

Встановлено, що на сьогодні не існує єдиного переліку підприємств готельного господарства Ковельщини, а наявні дані є застарілими. Так нами визначено, що функціонує 14 засобів розміщення, а саме: готелі – 9, санаторії – 2, туристичні бази -1, мотелі – 1, дитячі табори – 1. Структура розподілу засобів розміщення (рис.1.) показує що в цьому регіоні переважають готелі та санаторії [7, 8].

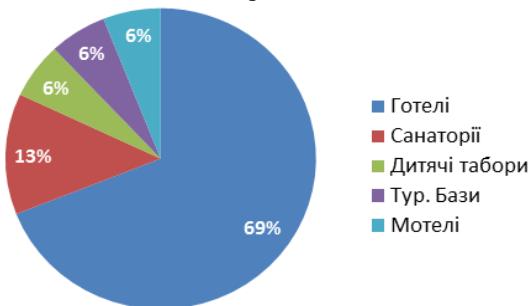


Рис.1. Структура розподілу засобів розміщення
у Ковельському районі.



Щодо просторової диференціації засобів розміщення Ковельського рекреаційного району, то було визначено, що переважна їх більшість засобів розміщення сконцентрована в самому районному центрі та в його околицях.

Було проаналізовано 6 найбільш популярних готелів Ковельського району (табл.1) за такими показниками як наявність та перелік основних та додаткових послуг, зручність розташування, оцінка якості надання послуг відвідувачами згідно сайту booking.com.

Таблиця 1
Найбільш популярні готелі Ковельського району [5,6]

№	Назва	Місце розташування, адреса	Відстань від м. Ковель, км	Кількість номерів	Додаткові послуги	Оцінок послуг за версією booking.com
1.	Комфорт	вул. Грушевського 8а, Ковель	-	14	Сауна, факс, прасування	Чудово 9,1
2.	Наше місто	вул. Залізнична 3, Ковель	-	10	Прилади для приготування барбекю	Близькуче 8,8
3.	Алібі	с. Городилець, вул. Ковельська 109	10	8	Барбекю, критий басейн, сауна, спорядження для тенісу та риболовлі,	Дуже добре 8,0
4.	Спа-готель ShelterClub	с.Колодяжне, вул.Луцька 14	7	7	Сауна, бассейн, більярд, барбекю, Конференц-зал, караоке, прасування одягу, пральня	Добре 7,8
5.	Золота підкова	Варшавське Шосе 441 км, Ковель	-	9	Настільний теніс,більярд, пральня	Добре 7,7
6.	Лісова пісня	Бульвар Лесі Українки 12, Ковель	-	11	-	Прийнятно 2,2

Всі готелі, які було проаналізовано згідно класифікації засобів розміщення [6] належать до малих готелів з чисельністю номерного фонду від 8 до 14 номерів. Категорії номерів у кожному з готелів представлені одномісними та двомісними номерами категорій стандарт, люкс, комфорт. Лише готель «Алібі» надає послуги розміщення у восьмимісному номері (рис. 2).

Спостерігаються відмінності в переліку основних та додаткових послуг кожного з готелів, однак всі вони надають послуги розміщення без надання харчування. Необхідно відмітити застарілий готель «Лісова пісня», який не модернізується і не надає додаткових послуг та



має радянський стиль, тому його рейтинг на booking.com складає лише 2.2 та оцінюється гостями як «прийнятний».

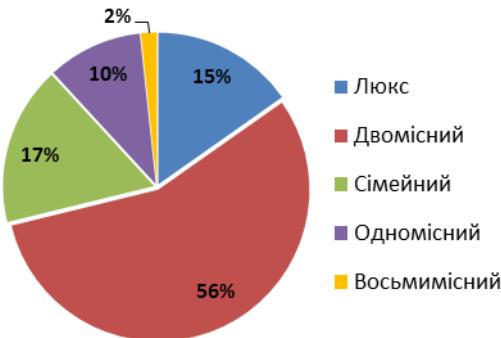


Рис. 2 – Розподіл номерного фонду за видами

Отже, Ковельський район є перспективним для розвитку готельного господарства, проте потрібно враховувати потреби споживачів; систематично аналізувати діяльність конкурентів; проводити активну рекламно-інформаційну діяльність; розробити єдиний перелік закладів розміщення. Зокрема, це може потребувати створення туристично-інформаційного центру в Ковельському районі, який би позитивно впливав на якість та оперативність надання туристичних послуг.

Список використаних джерел: 1. 10 захоплюючих та неповторних залізнич- них маршрутів з усього світу – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vsviti.com.ua/collections/18902>. 2. Косій Т. М.Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.152-154. 3.Любіцьєва О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцьєва. – К., 2004. – 436 с.13. 4. «Про розвиток туристичної галузі в Ковельському районі». Електронний ресурс. – [Режим доступу]kovelrayrada.gov.ua/sites/default/files/images/inform_15.doc. 5. Головне управління статистики у Волинській області. Статистичний щорічник Волинь –2007 / за ред. М. І. Мотиль. – Луцьк : Голов. упр. статистики у Волин.обл., 2008. – 601 с. 6. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник. / М.П. Мальська, І.Г. Пандяк – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 472 с. 7.<https://www.booking.com/>. 8. Міні-готель Люкс, Ковель. Електронний ресурс. – [Режим доступу]. <http://www.doroga.ua/hotel/Volynskaya/Kovelj/Lyuks/1315>.



B.H.Зуев, Н.Е.Гвоздев, В.В.Фризен
Барановичский государственный университет

РЕКРЕАЦИОННОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РОДНИКОВ: ТУРИСТСКАЯ АТТРАКТИВНОСТЬ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

В статье рассматриваются возможности использования родников Барановичского района в рекреационных целях. Произведена оценка привлекательности родников, все родники района сгруппированы в 4 группы: наиболее привлекательные, привлекательные, менее привлекательные, малопривлекательные.

Ключевые слова: родник, туризм, привлекательность, Барановичский район

In article the possibilities of use of water springs of the Baranovichy district in the recreational purposes are considered. Assessment of attractiveness of water springs is made, all springs of the area are grouped in 4 groups: the most attractive, attractive, less attractive, unattractive.

Keywords: water spring, tourism, attractiveness, Baranovichy district.

Родником, или ключом (бел. *крыніца*) обозначается естественный сосредоточенный выход подземных вод непосредственно на поверхность земли или под воду (подводный источник) [3]. Родники, как выходы грунтовых и подземных вод на поверхность, являются уникальными естественными водоёмами. Они имеют большое значение в питании водных объектов, поддержании водного баланса и сохранении стабильности окружающих их биоценозов. По гидрохимическим особенностям воды родников можно судить о состоянии подземных вод в данном регионе [2].

Некоторые родники представляют собой уникальные природные объекты, имеющие значительную научную ценность как памятники природы. Они являются центральным компонентом окружающих их ландшафтов, повышают их эстетические свойства.

Родники являются стратегическими объектами природы. При возникновении чрезвычайной ситуации они могут выступать как единственные источники питьевой воды для населения [3].

Родники и родниковая вода используются населением в питьевых, лечебных и рекреационных целях. Но в настоящее время под влиянием техногенеза качество воды в них стали изменяться. Поэтому важной задачей является разработка рекомендаций по охране, восстановлению



и использованию родников. Данная проблематика актуальна как в глобальном, так и в региональном плане.

Нами в ходе исследовательской работы было оценены рекреационные возможности родников Барановичского района (Беларусь).

Всего в настоящее время в районе выявлено 48 родников, что ставит его на первое место в Брестской области. Обилию родников способствует геологическая история региона и его геоморфологические особенности. Наибольшая часть родников в районе находится в границах Новогрудской возвышенности. Гидрогеологическое районирование привязывает территорию Барановичского района к Припятскому и Подлясско-Брестскому артезианскому бассейнам. Водоносные горизонты залегают в четвертичных и верхнепротерозойских комплексах отложений [1].

Нами была проведена оценка родников района по их туристской аттрактивности. Были охарактеризованы три блока аттрактивных свойств: топологические, функциональные и эстетические.

Аттрактивные свойства родника — ключевая характеристика, определяющая его рекреационный потенциал. Она охватывает такие важные значения: отдыхая здесь, я могу что-то делать (функциональные), изучать особенности местности (топологические), любоваться природой (эстетические).

Всегда аттрактивны уникальные природные объекты. Все родники, в силу своего происхождения, вызывают живой интерес туриста. Кроме того, этот показатель повышает статус памятника природы, к которым в нашем районе относятся родники в Ясенце и в Тартаках.

Также дополнительные баллы к оценке аттрактивности дает факт начала реки из родника.

К функциональным свойствам родников мы отнесли возможность быть источником питьевой воды, ее качество и безопасность, наличие кипятажного устройства.

Наиболее трудно формализуемой характеристикой являются эстетические качества места. Понятие «эстетика места» отражает способность его воздействовать некоторым своими качествами на психоэмоциональную сферу рекреанта. Определяющим является фактор возникновения положительных эмоций.

В отношении родников возможным является оценка пейзажа. Ценный пейзаж, прежде всего, должен отличаться высокой степенью естественности и малой насыщенностью вторичными элементами. Особенно высокое значение неизменённый природный пейзаж имеет для городского жителя, проживающего в окружении пейзажей из



асфальта и бетона; горожане в наибольшей мере отчуждены от живой, девственной природы и воссоединяются с ней лишь в недолгие моменты загородного отдыха.

Особенно заметный вред природному пейзажу наносят элементы антропогенного происхождения, резко нарушающие его композиционную целостность. Назовем это явление захламленностью естественных пейзажей антропогенным мусором. Захламленность пейзажей - одна из очевидных репеллентных характеристик местности.

Ценными признаками пейзажей, которые могут воздействовать на чувства, настроения, на физическое и психоэмоциональное состояние человека, по мнению некоторых исследователей (в первую очередь, медиков и психологов), являются цвет, яркость, форма, пространственная структура объектов в границах полей зрения.

Большое значение имеет такая характеристика, как многогранность пейзажа. Многогранность является сущностным признаком, наряду с цветоформочными качествами, живописности пейзажей. Лесные поляны, русла рек, пороги, водопады и т.п. оказывают сильное эмоциональное воздействие на зрителя и, зачастую, навсегда остаются в памяти человека.

Наряду с привлекательными, местность может обладать репеллентными свойствами. Высокая доля репеллентных свойств способна снизить рекреационный потенциал места до нулевой отметки. К репеллентным качествам места следует отнести высокую насыщенность опасными и вредными для человека животными (комары, слепни, клещи и др.) и растениями.

К опасным следует отнести и геохимические аномалии местности (природный радиоактивный фон, естественные химические загрязнения, в том числе в воде, и пр.).

Родники являются наиболее уязвимым типом поверхностных водоёмов. В результате неправильно проведённого благоустройства родников, мелиоративных или иных работ на прилегающих территориях значительное количество родников уничтожается. Особенно неблагоприятное воздействие на состояние родников оказывает интенсивная трансформация природных ландшафтов.

Родниковая вода подвержена значительному риску загрязнения в зависимости от состояния прилегающих территорий, поведения людей, пользующихся источниками.

Ввиду усиливающейся популярности родников важное практическое значение имеет изучение качества их воды и поддержание чистоты источников.



Для некоторых родников характерно и то, что неподалеку ведется активная сельскохозяйственная деятельность. Это приводит к попаданию загрязняющих веществ (прежде всего нитратов) в родниковую воду и, как следствие, ухудшению качества воды. В любом случае, когда грамотный человек имеет дело с неизвестным родником, часто у него появляется неуверенность в качестве и безопасности воды. Никакие уверения жителей о вкусной воде в этих случаях не должны сбивать с толку. Это особенно важно, когда родниковая вода используется часто или используется для ребенка. В этих случаях лучше сделать анализ воды. Причем одинаково важны и химический и микробиологический анализы.

Необходимо также учесть и культурно-историческое значение родника, его доступность для рекреантов.

Результаты оценки позволили произвести группировку родников Барановичского района с выделением наиболее привлекательных, привлекательных, менее привлекательных, малопривлекательных (табл.1).

Національний університет

Таблица 1

Группы родников Барановичского района по аттрактивности

Наиболее привлекательные родники	Привлекательные родники	Менее привлекательные родники	Малопривлекательные родники
Молчадь (около школы-интерната)	Вершок Добрый Бор Гать (Крынічка) Крошин Кузевичи (два) Подкриница	Гайковцы Городище (два) Ежоны Гречихи-Куневичи Кадычицы Карчево Ольсевичи Павлиново Пенчин Подгорная Полонечка Пруды Рудаши Студенец (Подгорная) Трацевичи	Болтичи Бриксичи Великое Село Гирмантовицы Деревная Залюбичи-Кунилово Молчадь (около мельницы и средней школы) Нов.Войковичи Стайки Щербовичи
Тартаки			
Ясенец			



В снижении аттрактивности родников в значительной степени повлияло наличие в воде азотных соединений и фосфатов в концентрациях в несколько ПДК.

Повышенное содержание нитратов отмечено в двух родниках в деревне Молчадь, которые по остальным показателям являлись бы привлекательным объектом и могли бы использоваться в том числе и в туристских маршрутах. По нашему мнению, источником загрязнения в данном случае является селитебная территория деревни — в непосредственной близости от этих родников находятся туалеты, сараи, загоны для скота.

Аммоний в значительных концентрациях отмечен в воде родников Павлиново, Подкриница, Гирмантовцы. Фосфаты в повышенных концентрациях выявлены в воде родников Павлиново, Подкриница и Торчицы, что свидетельствует о наличии загрязнения со стороны неэффективно работающих очистных сооружений, а также от животноводческих ферм.

В ближнесрочной перспективе снижения загрязнения не предвидится. По нашему мнению, необходимо ознакомить потенциальных потребителей воды этих родников через размещение вблизи от родников информационных табличек с указанием факта наличия загрязняющих веществ и их возможного влияния на организм человека.

Также была выделена группа родников, чья туристская аттрактивность может улучшиться после проведения работ по обустройства каптажа. К ним отнесены следующие: около дер.Березовка (около деревни и около перекрестка дорог Барановичи-Слоним и Барановичи-Ивацевичи), Конюшовщина (два), Рогозница.

Список использованных источников: 1. Волчек А.А. Водные ресурсы Брестской области / А.А Волчек, М.Ю. Калинин. — Минск : Изд. Центр БГУ, 2002. — 440 с. 2. Кудельский, А.В. Подземные воды Беларуси / А.В. Кудельский, В.И. Пашкевич, М.Г. Ясовеев. — Минск: Институт геол. наук, 1998.—260 с. 3. Родники Брестчины: современное состояние и методика исследования / О.И. Грядунова. — Брест: Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина, 2012.— 63 с.



УДК 631.115 : 379.8 (075.8)

**Клименко М.О., д.с.-г.н., професор,
Бєдункова О.О., к.с.-г.н., професор,
Статник І.І., к.с.-г.н., доцент,
Буднік З.М., асистент,
Ярошик О.М., студент**

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ БАСЕЙНУ Р. ІКВА

В статті розглянуто туристично-рекреаційний потенціал басейну р. Іква, особливості використання природних ресурсів для розвитку сільського зеленого туризму. Оцінено природно-географічне різноманіття, історичну та етнокультурну спадщину регіону.

Ключові слова: туристично-рекреаційний потенціал, природно-географічне різноманіття, історична спадщина, етнокультурна спадщина.

There are recreational tourist potential of pool, feature of the use of natural resources, river Ikva is considered tourist for development of rural green tourism in the article. A geographical variety is appraised naturally, historical and ethnically cultural legacy of region.

Keywords: tourist recreational potential, naturally geographical variety, historical legacy, ethnically cultural inheritance.

В умовах загальноекономічної кризи соціально-економічні проблеми села надзвичайно загострилися. Сільське населення в умовах функціонування ринку недостатньо орієнтується в ринковій економіці та бізнесі, не знайоме з методами менеджменту та маркетингу, правовими питаннями аграрного виробництва. Тому наше завдання полягає в тому, щоб сприяти розвитку українського села через розвиток зеленого туризму [1].

Географічне розташування басейну р. Іква досить сприятливе для розвитку туристичного напряму. Річка протікає через три області: Львівську, Тернопільську та Рівненську. На території чергуються ліси та поля з пасовищами, балки та долини річиків характеризуються підвищеною залісненістю, що помітно відрізняє регіон від інших.

Туристична привабливість басейну р. Іква обумовлена сприятливим природно-географічним різноманіттям, унікальними пам'ятками історичної спадщини України, місцями сакрального поклоніння людей, культурними атракціями, екологічною збереженістю і самобутньою культурою.



Річка Іква бере свій початок в районі с. Черниця Бродівського району Львівської області на Подільській височині. У верхів'ях долина річки вузька, коритоподібна, з крутими схилами. В межах Львівщини вона сформована на 23 км у субширотному спрямуванні з вузькою односторонньою заплавою, що тяжіє до південного берега. На території Кременецького району Тернопільської області р. Іква формує свою долину протяжністю в 40 км. На відрізку долини до с. Борщівка вона зберігає субширотний напрямок, а далі крутно повертає на північ - північний схід і в районі с. Шепетин входить в адміністративну територію Дубенського району Рівненської області. Долина річки розширюється в районі впадання першої лівої притоки біля с. Раславка і правої біля с. Лопушне. Заплава стає двосторонньою і досягає 350-470 м [2].

Клімат басейну р. Іква помірно-континентальний з теплою зимою, що супроводжується частими відлигами та теплим, достатньою вологим літом. Основні кліматичні показники встановлюються в річному ході температури та опадів, а також їх територіальний розподіл. Середньомісячна температура повітря в басейні становить $+7,5^{\circ}\text{C}$, відповідно найтепліший місяць року – липень ($+18,6^{\circ}\text{C}$), а найбільш холодний – січень ($-4,8^{\circ}\text{C}$). Посилена діяльність вологих західних вітрів також вплинула на більшу розвиненість краєвиду.

В системі геоботанічного районування басейн розміщений в межах Поліської підпровінції, Східно – Європейської провінції, Європейської широколистяної області. Природна рослинність займає приблизно 25% від загальної площи басейну. Основні породи: сосна (50% площи лісів), дуб (30%), береза, вільха та інші. Дубові ліси представлені заростями дуба звичайного утворюючи, так звані, чагарникові дібрівки, де поряд з дубом зустрічається граб, а основу підліска становлять ліщина. Разом з тим, збереглися і фрагменти дубових лісів інших типів – чагарникові, трав’яні.

В басейні можна виділити основні категорії земель: ліс (22%), рілля (48,8%), болото (1,7%), селітебна зона (4,3%) і невелика площа природоохоронних територій (6,8%).

Окрім природних комплексів в басейні р. Іква знаходитьсь досить багато пам'яток історичної спадщини. Адже люди освоїли ці місця ще до створення Київської Русі.

Територія басейну р. Іква з давніх часів привертала до себе увагу перших поселенців. Люди з'явилися тут ще в середньому палеоліті приблизно 50 тис. років тому. Відтоді, сприятливі природні умови дедалі більше визначали ступінь заселення території. На ранніх етапах взаємодії людини з природою домінантним був вплив природи. Люди,



які в цей час населяли басейн річки, займалися мисливством, рибальством, збиральництвом, а в V—IV тисячоліттях до н.е. почали займатися землеробством. У неоліті населення тут перейшло до примітивного землеробства, розорювало лісостепові ділянки, які використовували для вирощування зернових культур [3].

У ранньослов'янський період тут проживали племена дулібів, а в південній смузі — білих хорватів. Порівняно щільно заселеною була ця земля в княжу добу. Стабільний контингент аборигенного населення зберігався і в часи польського й австрійського панування, супроводжуваного впродовж багатьох століть усілякими дискримінаційними заходами стосовно українців і посиленою колонізацією цього краю переселенцями з інших країн. Однак корінний український народ стійко оберігав і захищав свою етнокультурну самобутність, мову, релігію, побутові традиції.

Реалізація рекреаційної діяльності залежить не тільки від сучасного рівня розвитку економіки й матеріального добробуту людей, а й від народних традицій і звичаїв у ставленні до природи. Населення, що проживає на території басейну річки і на сьогодні зберегло етнокультурні традиції у природокористуванні. На сьогодні зберегли народні традиції і звичаї у ставленні до землі й ґрунту, до небесних світил і атмосферних явищ, до води, рослинності, тварин, ландшафтів [3].

Територія басейну р. Іква є багата на архітектурні пам'ятки. Так, наприклад у с. Підкамінь Бродівського району знаходиться унікальна пам'ятка природи — скелястий велетень, розташований на високому узгір'ї на північно-східній околиці селища, прозваний в народі «Каменем». Навпроти Каменя, на пагорбі, височить монастир «Походження Дерева Хреста Господнього». У недалекому минулому це був домініканський римо-католицький кляштор «Успіння Пресвятої Богородиці, Хреста Господнього, Апостолів Петра і Павла та всіх Святих». У с. Наквша Бродівського району є церква Святого Юрія 1795 р. — пам'ятка архітектури місцевого значення.

Окремої уваги заслуговують м. Дубно та м. Почаїв. У місті Почаїв є Почаївська Свято-Успенська лавра, Почаївський Свято-Духівський монастир та Почаївська духовна семінарія, парафіяльна Свято-Миколаївська церква.

У місті Дубно нараховується 59 пам'яток історії і 12 пам'яток монументального мистецтва. Найбільш унікальними є Дубенський замок (XV—XVIII ст.), Луцька брама (XVII ст.), Синагога (XVIII ст.), Костел бернардинів (XVII ст.) та інші.



В межах заплави р. Іква на південній околиці с. Малі Бережці Кременецького району Тернопільської області розташований Малобережецький гідрологічний заказник — природоохоронний об'єкт місцевого значення. Площа — 59,5 га. Під охороною — водно-болотних масив у заплаві р. Іква, що є регулятором її водного режиму. Дубенський район належить до земель з малою заповідністю.

На території району знаходиться зоологічна пам'ятка природи державного значення — Олександрівка площею 13га. Державне значення також мають урочища: Білгородське — 12,0 га, Білгородська дача — 37,0 га, Бірок — 28,8 га, Мартинівка — 22 га, Олександрівка — 103 га, Дубові насадження — 2,5 га, Соснові насадження — 57,3 га, ділянка лісу — 9,6 га.

Територія басейну р. Іква придатна для розвитку спортивного туризму. В регіоні можна розвивати велосипедні, кінні прогулянки, а на річці розвивається плавання на байдарках.

Розвиток сільського зеленого туризму може бути досить прибутковим для місцевого населення, адже на території басейну вже успішно функціонує 18 садиб.

Загалом, туристична діяльність і етнічна самобутність є взаємозалежними, оскільки проведення фестивалів, конференцій, семінарів стимулює туристичний інтерес, який, відповідно, спонукає до збереження традиційної культури, з усіма складовими і масштабного висвітлення місцевого колориту.

Отже, сільський зелений туризм на території басейну р. Іква розширює сферу занятості сільського населення, позитивно впливатиме на економіку та екологію регіону, сприятиме відродженню, збереженню та розвитку місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток, історико-культурної спадщини.

Список використаних джерел: 1. Бойко Е. О. Роль зеленого туризму в розвитку сільських територій / Е. О. Бойко, О. С. Бойко. // Економіка. Управління. Інновації. - 2010. - № 1. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_3. 2. Берге Дат. Організація водного управління басейну річки Прип'ять та характеристика річки Іква./ Берге Дат, Оксана Мантуррова. Берге Дат, Оксана Мантуррова. - Рівне, 2011. – 108с. 3. Рекреаційно-туристичний потенціал Опілля та особливості використання етнокультурної спадщини регіону в туристичних атракціях / У. Горбаль // Вісник Львівського університету. Серія географічна. - 2009. - Вип. 36. - С. 81-89. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VLNU_Geograf_2009_36_13. 4. Залеський І.І., Будник З.М. Оцінка стану басейну малої річки Іква //Ресурси природних вод Карпатського регіону. Львів. 2011 – с.32-34.



M.B. Корбутяк, к.геогр.н., доцент,

B.M. Корбутяк, к.т.н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне, Україна

I.I. Кірвель, д.геогр.н., професор

Академія Поморська в Слупську, Польща

ВПЛИВ МЕЛІОРАЦІЇ НА ТУРИСТИЧНІ ВОДНІ ОБ'ЄКТИ ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ

Наведено огляд основних змін водного, йонного стоку та балансу підземних вод регіону, викликаних зміною умов дренування територій та формування поверхневого стоку, внаслідок виконання меліоративних робіт. Названі чинники суттєво впливають на стан водних рекреаційних ресурсів у зоні дії осушувальних систем.

Ключові слова: водні ресурси, Західне Полісся, вплив меліорації.

An overview of the main changes in water, ion runoff and groundwater balance in the region, caused by changes in the conditions of drainage of territories and the formation of surface runoff, as a consequence of meliorative works, is presented. These factors affect the state of water recreational resources in the area of drainage systems influence.

Keywords: water resources, Western Polissia, influence of melioration

Західне Полісся України розташовано в її північно-західній частині в межах Волинської та Рівненської областей. Умовно, враховуючи спільність геологічної історії, басейнової приналежності, в регіон, що описується, нами включається власне Волинське Полісся, Волинська височина і прилеглі території Малого Полісся, на яких розташовано багато водних об'єктів, що мають рекреаційну та природоохоронну цінність.

Характерною рисою ландшафтів регіону є широке розповсюдження боліт, заболочених і перезволожених просторів, утворення яких зумовлено як наявністю надлишкової вологи (кліматичні, гідрологічні і гідрогеологічні особливості), так і геолого-геоморфологічними умовами, що визначають широке розповсюдження від'ємних форм поверхні, малих похилів і т.д. Загальна площа меліоративного фонду



тут оцінюється в 1134,5 тис. га, що складає в середньому 35,5 відсотків території [1].

Основним джерелом водних ресурсів Західного Полісся є праві притоки Прип'яті.

Середньорічні модулі стоку по території змінюються від 3,0 до 5,5 л/с км². Найменші величини 3,0-3,5 л/с км² характерні для Турійського та Ківерцівського фізико-географічних районів у верхів'ях річок Турія та Стохід.

Найбільші значення модулів 5,0-5,5 л/с км² мають місце в межах фізико-географічної області Малого Полісся (верхні течії річок Рата, Буг, Стир, Іква, Вілля). В басейнах цих річок, починаючи з кінця XIX ст. почалися розвиватись осушувальні меліорації. Найбільші осушувальні системи: Волинська область – Турська, Цирська, Мельницька, верхів'я Прип'яті, Стохода; Львівська область – Желдецька, Нежуковська, Солокія; Рівненська область – Мельниця, Печалівка, Іква, Стубла, Зурно, Карпилівська, Яринівська, Бережанська.

Динаміка будівництва осушувальних систем в басейнах окремих річок за даними Держводгоспу України та зміни гідрографічної мережі наведені в табл. 1 і 2.

Таблиця 1
Ступінь осушення басейнів окремих річок

Річка	Пункт	A, км ²	Осушення басейнів у відсотках від площини водозбору на роки					
			1960	1965	1970	1975	1980	1985-1990
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Іква	Млинівська ГЕС	1960	2,4	2,7	7,5	8,1	8,6	9,3
Горинь	Ямпіль	1400	1,0	1,7	1,9	2,1	4,5	5,4
Горинь	Оженін	5860	0,1	0,7	2,6	3,0	4,3	4,5
Горинь	Деражне	9160	0,1	0,8	2,4	3,9	5,7	7,1
Вирка	Сварині	231	-	-	11,9	14,4	27,9	28,2
Случ	Громада (Данцев)	2480	-	-	0,1	0,1	0,4	0,8
Случ	Сарни	13300	-	5,0	9,4	12,1	13,2	16,5
Хомора	Понінка	1410	0,1	1,2	1,9	4,3	5,1	17,3
Тня	Броники	982	-	12,8	17,8	20,1	27,0	29,4
Смолка	Сусли	632	-	0,3	6,0	13,9	17,2	20,0
Льва	Осницьк	276	12,8	18,3	35,4	35,4	35,7	36,7
Уборть	Красно-беріжжя (Злодин)	5260	1,2	4,4	10,1	11,6	12,0	12,7



Відзначаючи надзвичайно велике соціально-економічне значення цих систем, необхідно вказати на їх природно-трансформуючу роль, особливо в частині змін гідрографічної мережі та характеристик стоку. Існує дві гіпотези щодо змін водного балансу меліорованих територій.

За першою – сумарне випарування (разом з транспірацією) з осушувальних площ збільшується внаслідок покращення умов зростання та розвитку рослин. При цьому інфільтрація та поверхневий стік зменшується. За другою – із зниженням рівня ґрунтових вод випарування зменшується, інфільтрація атмосферних опадів на дзеркало ґрунтових вод збільшується в кілька разів.

Перша гіпотеза справедлива тільки для торфовищ та територій їх переважного поширення, друга – для мінеральних ґрунтів. В зв'язку з цим неоднозначними будуть екологічні наслідки осушувальних меліорацій. На одних річках спостерігається зниження водності, на інших – суттєве збільшення.

Проблема впливу осушувальних меліорацій на стік річок в умовах інтенсивного сільськогосподарського освоєння водозборів привертає увагу багатьох вчених. Разом з тим, однозначної відповіді на питання про вплив осушення на стік немає.

Таблиця 2

Щільність мережі осушувальних каналів у басейнах річок

Річка	Пункт	Площа водозбору, км ²	Протяжність мережі, км		Щільність гідрографічної мережі, км/км ²	
			відкритої	закритої	У природному стані	з урахуванням осушувальної мережі
відкритої	закритої					
Рата	Межиріч'я	1740	6305	24185	0,70	4,26
Полтва	Буськ	1440	876	6382	0,67	1,28
Вижівка	Ст..Вижівка	722	1661	14656	0,75	2,30
Турія	Бузаки	2360	6608	49088	0,30	2,80
Стохід	Любешів	2970	10989	72468	0,27	3,70
Стир	Млинок	10900	40330	224540	0,28	3,70
Горинь	Речиця	27000	89100	621000	0,43	3,30
Случ	Сарни	13300	39900	445550	0,47	3,00
Хомора	Понінка	1410	3807	46248	0,55	2,70
Льва	Осницьк	276	994	8142	0,26	3,60
Уборть	Перга	2880	13536	45792	0,38	4,70
Уж	Поліське	5690	18777	124042	0,31	3,30
						21,8



Аналіз результатів багаторічних спостережень на річках Прип'ятьського Полісся України дав можливість визначити повторюваність коефіцієнтів зміни стоку в зв'язку з масштабними меліоративними роботами. Значна частина зафіксованих змін стоку (48%) знаходиться в межах точності вимірювань ($\pm 10\%$). Привертає увагу неоднозначність впливу осушення на мінімальний стік – в одних випадках зниження до 30%, в інших – збільшення більш ніж на 200%.

Суттєво проявляється вплив осушувальних меліорацій на режим і баланс підземних вод регіону. Оцінка впливу осушення на режим ґрунтових вод проводилась по декількох репрезентативних системах, які розташовані в верхів'ях річки Стохід, в басейнах Оконки, Воронки, Ікви. Дослідження показали, що найбільший суттєвий вплив меліоративних робіт на рівні ґрунтових вод проявляється в період літньої межені, що повністю погоджується із спостереженнями на озерах.

Ширина зони осушення залежить, головним чином, від гідрогеологічних умов конкретного болотного масиву і в меншій мірі від конструктивних особливостей осушувальної системи, так як ступінь дренування системи змінюється в широких діапазонах. Враховуючи вирішальну роль гідрогеологічних факторів, для даного регіону І.М. Худошин [1] склав прогнозну схему зміни рівнів ґрунтових вод під впливом осушення на різній віддаленості від граничних дрен (табл. 3).

Таблиця 3

Залежність пониження рівнів ґрунтових вод і величини зони впливу осушувальних систем від водопровідності ґрунтів

Коефіцієнт водопровідності, кв.м/доб	Зона впливу, км	Величина пониження рівня ґрунтових вод у відсотках від норми осушення, на відстані, км	
		0,5	1,0
До 50	До 1,0	13	2
50-100	1,0-1,5	13-23	2-5
100-250	1,5-2,0	23-37	5-13
250-500	2,0-3,0	37-52	13-27
500-1000	3,0-5,0	52-63	27-40
1000-2500	5,0-6,0	63-75	40-56
2500-5000	6,0-7,5	75-80	56-66
Понад 5000	Понад 7,5		

Помітний вплив осушення і на запаси перших від поверхні напірних водоносних горизонтів, які пов'язані з тріщинуватою товщею верхньої крейди. За даними названого автора відзначається зникнення багаточисельних в минулому висхідних джерел, зменшення дебітів експлуатаційних свердловин.



Вплив меліорації на якісний стан природних вод проявляється з одного боку через зміну гідрологічних характеристик потоку в новому руслі під впливом спрямлення; з іншого – через зміну показників використання водозбірної площини та зміну умов формування стоку основних іонів, мікроелементів і різних забруднюючих речовин [2].

Спрямлення русел річок, перетворених в магістральні канали осушувальних систем, призводять до активізації процесів руслової ерозії, переносу завислих і донних наносів та замулення ділянок річок і водойм, які розташовані нижче за течією (системи в басейнах річок Ікви, Тартацької, Льви та ін.).

Вміст завислих наносів на спрямлених ділянках річок в межах осушувальних систем досягає 100 мг/л при нормі 20 мг/л. Суттєво змінюється також іонний стік. Так, в верхів'ях Прип'яті після осушувальних робіт в період зимової межені винесення органічної речовини збільшилось вдвое [1]. В стільки ж зросла і мінералізація за рахунок основних іонів (в першу чергу закисного заліза).

Зміни йонного стоку найбільш помітні на осушених масивах торф'яніків, що пояснюються збільшенням зони аерациї, а відповідно активізацією процесів деструкції органічної речовини і промивки торфу атмосферними опадами.

Крім того, проявляється збільшення живлення річок за рахунок більш глибоких водоносних горизонтів із переважаючою кислою реакцією середовища. Збільшення водності поверхневих водотоків на осушених землях в окремі вологі роки також призводить до збільшення винесення мінеральних солей і органічних речовин. При цьому основну проблему складає винесення іонів азоту та фосфору, абсолютні концентрації яких досягають відповідно до 2,0 г/л і 0,3 г/л в період зимової межені і суттєво збільшуються, в результаті активного внесення мінеральних добрив на меліоровані поля, у весняно-літній період. Попадання іонів амонійної і фосфатної груп в поверхневі водойми значно знижує якість води і викликає її "цвітіння".

Осушувальні меліорації неоднозначно впливають на величину різних категорій стоку в залежності від конкретних умов. Суттєво проявляється вплив осушувальних меліорацій на режим і баланс підземних вод та на їх хімічний склад.

Список використаних джерел: 1. Коротун И.Н., Будз М.Д., Корбутяк М.В. и др. Природные и экономические аспекты гидротехнических мелиораций в Западном Полесье УССР Сб. "Природно-меліоративный мониторинг в СССР" - М.: МФГО. 1984 с.55-64. 2. Кирвель И.И., Кукшинов М.С. Трансформация гидрохимического режима зарегулированных рек. Природные ресурсы N 2. 2007, С. 48 - 61.



*С.І. Коротун, к.геогр.н., доцент,
О.В. Кушнір, студент,*

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ТУРИСТСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ КІЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В тезах надана загальна інформація про історико-культурний туристський потенціал Київської області. В роботі наведені основні туристські об'єкти регіону. Надана стисла характеристика окремих історико-культурних туристських пам'яток.

Ключові слова: історико-культурний потенціал, туристський потенціал, туристські пам'ятки, Київська область.

Theses provide general information on the historical and cultural tourist potential of the Kiev region. The paper presents the main tourist objects of the region. There have been given the brief description of certain historical and cultural tourist attractions.

Key words: historical and cultural potential, tourist potential, tourist attractions, Kyiv region.

Важливу роль для задоволення пізнавальних потреб туристів відіграють історико-культурні ресурси. Це, насамперед, пам'ятки історії та культури, музеї, замки, промислові та сільськогосподарські підприємства та ін., які використовуються для пізнавання краю, його історії, обрядів, звичаїв населення та інших культурних цінностей [4].

Усі історико-культурні об'єкти, які зацікавлюють туристів і екскурсантів оцінюються в залежності від ступеня їх пізнавального та виховного значення, природного оточення, сучасного використання.

Нинішня Київщина налічує біля 6000 пам'яток культурної спадщини, зокрема, 1194 пам'ятки різних епох-давніх поселень, городищ, могильників, курганів, змійових валів, місць битв та історичних подій, що входять до значних прошарків історії, які впродовж тисячоліть створювали підвалини сучасної цивілізації на території області. 2010 археологічних пам'яток області занесено до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення. Окремим рядком в переліку пам'яток Київщини вписані 24 пам'ятки національного значення, серед яких велика кількість культових споруд XVI-XIX ст., палаців, архітектурних споруд, парків, зокрема, білоцерківська «Олександрія» та багато інших [3, 5].



Впродовж багатьох десятиріч в області формувалась система музеїних закладів, яка на сьогодні налічує 2 державних музеї-заповідники («Битва за Київ в 1943 році» та Вишгородський історико-культурний), 15 державних музеїв з 17 філіями та 241 музеїним закладом місцевого та відомчого підпорядкування, в тому числі, на громадських засадах. До кращих обласних музеїних закладів по праву відносяться обласний археологічний музей (с. Трипілля – трипільська культура), Яготинський історичний, що включає музей-садибу народної художниці К. Білокур, археологічний музей «Добранічівська стоянка», Білоцерківський краснавчий музей та ціла низка музеїв-садиб визначних особистостей – І. Козловського, М. Острівського, К. Стеценка, І.В. Задорожнього, Т. Шевченка, К. Паустовського, М. Вовчка, О. Корнійчука, А. Малишка та інших. Предметом особливої гордості області є Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав», що налічує 23 музеї [3, 4].

Музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини – музей просто неба, розташований в околицях Переяслав-Хмельницького. Входить до складу національного – етнографічного заповідника «Переяслав».

В музеї представлено українське село Середньої Наддніпрянщини, як кінця XIX, початку ХХ ст., так і будівлі та стоянки з часів пізнього палеоліту до часів Київської Русі. На території 30 га розміщено 13 тематичних музеїв, які є органічним продовженням музею-села.

Музей ознайомлює з народною культурою, архітектурою та творчістю, звичаями та обрядами українців Середньої Наддніпрянщини. До уваги відвідувачів 122 пам'ятки народної архітектури, понад 30 тисяч пам'яток матеріальної і духовної культури.

У Переяславі-Хмельницькому діє національний історико-етнографічний заповідник, до складу якого входять Музей народної архітектури і побуту і Музей Трипільської культури (в с. Халеп'я). Функціонують також історичний і кілька меморіальних музеїв – Г. Сковороди, Т. Шевченка, Шолом Алейхема та ін.

Пам'ятки народної архітектури, понад 30 тисяч пам'яток матеріальної і духовної культури.

На території музею розташовано 185 об'єктів, з них 104 пам'ятки народної архітектури XVII-XIX ст., в тому числі 20 дворів з хатами та господарськими будівлями, 23 різноманітні установки та майстерні, більше 20тисяч витворів народного мистецтва, знарядь праці, речей побуту, зібраних в лісостеповій зоні України. Прикрасою музею є два



рукотворні ставки, дендропарк з десятками тисяч дерев та кущів, дбайливо доглянуті двори та городи.

Музей українських обрядів та звичаїв. Музей знаходиться на території музею просто неба, відкритий під час святкування Зеленої Неділі у 1989 р. Експозиція складається із чотирьох кімнат, що розповідають про звичаї, обряди, традиції від давнього часу до наших днів.

Перша зала містить експонати, які свідчать про звичаї наших пращурів у дохристиянський період. У другій залі можна побачити «ряженіх», які ходили під час різдвяних свят, вітаючи господарів з народженням Ісуса Христа. Далі зображені святкування Водохреста, Великодня, Зелених свят та ін.

У наступній залі розповідається про родинно-побутові свята і звичаї пов'язані з ними. Це – весілля, народження дитини, вечорниці, похованальні обряди. В останній залі можна ознайомитися з сучасними українськими обрядами і звичаями.

Музей історії української православної церкви. В унікальній пам'ятці дерев'яного мистецтва (Сухоярській церкві) 1775 року, перевезеній до заповідника із села Сухий Яр Ставицького району Київської області, знаходиться Музей історії Української православної церкви. Будівля трьохзрубна з трьома банями, середній зруб – довший і ширший.

В музеї експонується підбірка матеріалів, пов'язаних із життям Ісуса Христа, Богородиці та інших святих, ікона «Хрещення Русі у 988 році».

У вітринах розміщено релігійну літературу, стародруки, твори Василя Великого, Іоана Златоуста, Григорія Богослова. На стіні висять ікони з зображенням митрополита Переяславського Єфрема, день пам'яті якого відзначається 10 лютого.

У XVI-XVII ст. церква стає національною. В експозиції показано портрет Слісся Плетенецького архімандрита Києво-Печерської Лаври, який заклав у Лаврі друкарню і в 1616 році видав «Часопис». Далі портрети гетьмана Сагайдачного, який переконав патріарха Феофана відновити у Києві у 1620 році православну митрополію, а також Перта Могилийкій зібрав Київський собор і затвердив «Катахізіс» української православної церкви; ікони 12-ти наїголовніших свят, пов'язаних із життям Ісуса Христа – (Різдво, Хрещення, Великдень, Вознесіння).

Яготинський державний історичний музей розташований у центрі міста. Це великий музейний комплекс, що складається з об'єднаних в



єдине ціле темою історії рідного краю окріміх відділів – музеїв, широко відомих не лише на Київщині.

Місто Яготин – одне з найстародавніших міст Київщини. Історія сягає в глибоку давнину. Життя території Яготинщини зародилася в добу палеоліту.

Музейна експозиція розміщена в 14 залах і висвітлює історію Яготинщини з найдавніших часів до сьогодення нерозривному зв'язку з історією України.

Багато на Київщині пам'яток періоду Київської Русі. І не випадково, адже, власне, центр однієї з наймогутніших держав Європи збігався з межами області.

З пам'яток періоду Київської Русі неабиякий інтерес становлять городище та залишки фундаментів і стін величного храму перших руських святих Бориса і Гліба (XI - XII ст.) в м. Вишгороді.

Музей має 7 філіалів: «Картинна галерея», музей «Флігель Тараса Шевченка», «Музей етнографії», археологічний музей «Добронічівська стоянка», меморіальний музей – народної художниці України Катерини Білокур, краєзнавчий музей ім. двічі Героя Радянського Союзу А.Г. Кравченка та краєзнавчий музей С. Капусніці.

Київська область має також декілька замків та фортець.

Білоцерківський замок (інша назва – Білоцерківська фортеця) – оборонна споруда у місті Біла Церква зведена близько 1552 року. Зруйнована наказом імператриси Катерини II.

Фортеця стала одним із опорних пунктів національно-визвольної боротьби українського народу. Вона використовувалась посталими загонами Криштофа Косинського, Семерія Наливайка, Семена Палія.

В другій половині XVII та протягом XVIII ст. Білоцерківська фортеця складалася з двох частин – верхнього та нижнього замків. Нижній замок розташовувався на місці сучасних Замкових провулків. Передбачалося, що білоцерківці могли завезти на велике подвір'я нижнього замку вози з найціннішими речами. Нижній (як і верхній) замок було оточено ровом, але через своє положення він був найбільш вразливою частиною укріплень.

Верхній замок розташовувався на місці сучасної Замкової гори і мав чотири бастіони з власними назвами. Наприклад, бастіон, на місці якого зараз стоїть Білоцерківський краєзнавчий музей, називався Командантським. Поруч з ним розташовувалася езуїтська каплиця (зараз це місце відмічене хрестом). На верхньому замку та під ним розташовувалися споруди військового і господарчого призначення. Між обома частинами фортеці існував рів, через який вів підйомний міст.



Зимовий палац Браницьких – пам'ятка цивільної архітектури у місті Біла Церква. Збудований у 1796 р. як житлове зимове приміщення поміщиків Браницьких, а влітку графи жили в літньому палаці парку Олександрія (цей палац не зберігся). Розташована в центральній частині міста, будівля є одним з яскравих зразків палацового будівництва в Україні.

Садиба Яготин – відома в Російській імперії наприкінці 18 і в першій половині 19 ст. садиба, що належала родинам Розумовських та Репніних-Волконських і розташована у місті Яготин.

Також, на території Київщини проходить значна кількість фестивалів. Які під час проведення допомагають по-перше розвитку в економічній сфері області, по-друге в туристичній. А саме Фестивалі Всеукраїнської авторської лісової пісні «Лісова Фіеста» у м. Боярка, фестивалі культури та історії «Парк Київська Русь» с. Копачев Обухівського району Київської області тощо.

Отже, на території Київської області знаходиться чимала кількість пам'яток історії, архітектури та мистецтва. Нинішня Київщина налічує біля 6000 пам'яток культурної спадщини, зокрема, 1194 пам'ятки різних епох-давніх поселень, городищ, могильників, курганів, змійових валів, місць битв та історичних подій, що входять до значних прошарків історії, які впродовж тисячоліть створювали підвалини сучасної цивілізації на території області. 2010 археологічних пам'яток області занесена до Реєстру нерухомих пам'яток, вісім міст області віднесено до міст Всеукраїнського історичного значення.

Список використаних джерел: 1. Заповідники і національні парки України. -К.: Либідь, 1999. – 410 с. 2. История Киева, в 3 т., 4-х книгах, К.: «Наукова думка», 1982, т.3 – 337 с. 3. Київська область // Україна: Путівник. – К.: Смолоскип, 1995. – 134 с. 4. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство. Навчальний посібник. За редакцією проф. Заставного Ф.Д. –К.: Знання, 2006. – 575 с. 5. Старостенко Г.Г. Соціально-географічна та демографічна база рекреаційної діяльності (на прикладі Київської області) // Туристичні ресурси України: Збірник наукових статей. – К.: ФПУ, 1996. – С.184-187



C.I. Коротун, к.геогр.н., доцент,

A.B. Рабинюк, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ТУРИСТСЬКИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В тезах надана загальна інформація про історико-культурний туристський потенціал Полтавської області. В роботі наведені найбільш поширені туристські об'єкти регіону. Проведений зв'язок туристських пам'яток минулого з сучасними.

Ключові слова: історико-культурний потенціал, туристський потенціал, туристські пам'ятки, Полтавська область.

The theses provide general information on the historical and cultural tourism potential of the Poltava region. The paper presents the most common tourist objects of the region. The connection of tourist attractions of the past with modern ones has been carried out.

Key words: historical and cultural potential, tourist potential, tourist attractions, Poltava region.

Історія Полтавського краю бере витоки із глибини віків. Плин часу, культурно-етнічні процеси, які відбувалися на території сучасної Полтавщини, та визначні історичні події залишили по собі унікальні пам'ятки культурної спадщини.

Архітектурна спадщина Полтавщини представлена пам'ятками різноманітних стилевих напрямків, серед них є й такі, що відносяться до розряду унікальних.

Поле Сорочинської ярмарки – це територія у селі Великі Сорочинці Полтавської області, де щороку проходить відомий Сорочинський ярмарок. Ярмарковий рух в Україні має довгу історію. У 1840 році тут діяло понад 12 тисяч ярмарків. Сорочинський був одним з найвідоміших. У період з 19 по 20 століття він проводився декілька раз на рік. Люди приходили сюди для торгівлі і обміну товарами. Ярмарки існували аж до 1920-х років. Тоді вони були заборонені, а торгівельна діяльність почала контролюватись державою. У 1966 році відбулось відродження ярмаркового руху.

У 1995 році Сорочинському ярмарку надали статус міжнародного, а у серпні 1999 року він набув звання національного. Відповідно до цих подій змінювалось саме поле, де проводять цей ярмарок, було побудовано багато невеликих макетів народних будівель, біля яких і



відбувається торгівля і обмін товарами. Щорічно його відвідують десятки тисяч гостей, серед яких є керівники держави та іноземні дипломати. На ньому обладнана фольклорно-етнографічна частина, яка декорована під давнє село. Тут продають предмети народних майстрів України. Також встановлені макети вітряків, будинків та інших дерев'яних будівель. Під час ярмарку все поле трансформується у музей під відкритим небом [4].

Селище Диканька приваблює туристів з усієї України. Багато приїжджають подивитися на Троїцьку церкву, в якій любив бувати Гоголь, і на Тріумфальну арку. Але щоб цілком і повністю зануритися в українську культуру і побут, обов'язково потрібно відвідати Хутір поблизу Диканьки. Даний історико-культурний комплекс розташувався в затишному хуторі Проні і з 2003 року відкритий для гостей. Саме це місце стало прототипом села у відомому творі М. Гоголя «Вечори на хуторі поблизу Диканьки». На хуторі проходять театралізовані вистави за мотивами творів Гоголя. Огляд мальовничих місць можна вдало поєднати з кінної прогулankoю [4].

Полтавська битва – найбільша битва Великої Північної війни (27 червня (8 липня) 1709 року). На місці, де відбулась битва, у 1909 г. створено Музей-заповідник «Поле Полтавської битви» та оголошено державним історико-культурним заповідником «Поле Полтавської битви» з охоронною зоною історичного поля загальною площею 771,5 га. В охоронній зоні «Полтавської битви» розташовано чотири старіх поселення та понад 30 курганів, які археологи датують 1 тис. до н.е. та 1 тис. н.е. 1884 року на території поля Полтавської битви створено Полтавське дослідне поле, а з 1910 року – полтавська сільськогосподарська дослідна станція, в її науковій діяльності брали активну участь українські та російські вчені: А.С. Зайкевич, О.О. Ізмаїльський, М.І. Вавилов, В.І. Вернадський, В.В. Докучаєв. 1962 року в північно-східній частині поля Полтавської битви, поблизу Яківців, закладено дендропарк, – нині пам'ятка садово-паркового мистецтва державного значення з площею 140 гектарів. На сьогоднішній день державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви» став значним культурним науково-методичним центром по вивченю історії України періоду XVII–XVIII століть в контексті європейської історії; 1994 року в музеї створено постійно діючу виставку «Козацька держава». Інтерес до державного заповідника проявляють засоби масової інформації України, Росії, Швеції та інших держав, науковці, громадськість. Заповідник «Поле Полтавської битви» єдиний в Україні входить до IAMAM – міжнародної організації військово-історичних музеїв під егідою ЮНЕСКО, включений до всесвітнього туристичного маршруту.



Серед туристів, подорожуючих Україною, ця місцевість відома пірамідою-усипальницею, на кшталт єгипетської. Не менш цікавим за єгипетську усыпальницю є маєток родини Закревських, саме село Березова Рудка заснував гетьман Іван Скоропадський 1717 року. Сьогодні маєток є частиною Історико-краєзнавчого музею та сільськогосподарського технікуму [1].

Історичним ядром Полтави є Іванова гора. Саме тут на початку XVII століття було зведено Полтавську фортецю, про яку сьогодні нагадує відновлена її частина – Подільська вежа. В наші дні це історичне місце називається Соборним майданом на честь відновленого шедевра українського бароко- Успенського собору.

На Івановій горі є дуже вдало відновлена садиба засновника нової української літератури Івана Котляревського – з хатою, коморою, повіткою та криницею. Багаточисельних туристів та мешканців міста сюди приваблює романтична альтанка, що стоїть над урвищем, з якої відкривається панорама Подолу та Хрестовоздвиженського монастиря. Фортецю в Полтаві у 1608 році заснував великий коронний гетьман Станіслав Жолковський. Первісні укріплення були у вигляді невеликих земляних бастіонів напівкруглої та простокутної форми в плані, сполучених валами. На розі, приблизно там, де нині стоїть так звана Ротонда, був великий, підковоподібного плану бастіон. Найважливіші ділянки оборони посилювалися рубленими дерев'яними баштами. В'їзна брама стояла з північного заходу. До 1730 року фортецю реконструювали. Відновлена твердиня мала високі земляні вали з частоколом, земляні бастіони більш-менш регулярних обрисів, сухий рів і 8 башт, що збереглися з попереднього періоду. У такому вигляді фортеця проіснувала, поступово руйнуючись, до 1805 року, коли вали й рови прорізали новорозпланованими вулицями. 1817 року, за розпорядженням генерал-губернатора, вали розкопали, рови засипали і на місці їх проклали бульвари. У 2009 році було відновлено одну з веж фортеці – Подільську.

Свято-Успенський кафедральний собор на Івановій горі є визначною пам'яткою козацького (українського, мазепинського) бароко 2-ї половини XVIII століття. Тут, у самому центрі Полтавської фортеці, на місці сучасного собору, вже у 1695 році існувала дерев'яна Успенська церква, яка була «градським собором».

У 1751 році за ініціативи полковника Андрія Горленка, обозного Андрія Рунівського, полкового судді Григорія Сахновського, бунчукового Димитрія Білухи та міського отамані Іллі Волховського розпочато спорудження нового храму. Через відсутність достатнього фінансування та інші причини будівництво тривало аж до 1770 року. Це був перший кам'яний собор Полтави.



Поруч з собором на Івановій горі знаходиться відновлений у 1969 році комплекс садиби Івана Котляревського, в якому влаштовано музей літературно-меморіальний музей засновника нової української літератури. Плато Іванові гори завершує Біла альтанка – один із символів міста, споруджена вперше в 1909 році на честь 200-ліття Полтавської битви. Вода являє собою напівкруглу в плані колонаду з 8 колон доричного ордера на стилобаті, які несуть розвинutий антаблемент, завершений аттіком. Загальна висота пам'ятки – 9 метрів. Поруч з альтанкою знаходиться сучасний пам'ятник Галущі, у якого дуже люблять фотографуватися туристи [6]. Алея гоголівських героїв відкрита у Полтаві 1 квітня 2009 року на честь 200-річчя з дня народження Миколи Гоголя. Вона складається з восьми скульптур: «Вакула», «Солоха», «Викрадення місяця», «Ніс», «Тарас Бульба», «Сорочинський ярмарок», «Вій з панночкою» та фігура Миколи Гоголя.[3].

Багата Полтавщина ще й пам'ятками архітектури епохи класицизму. Громадські та культові споруди цього стилю будувалися в багатьох дворянських садибах міст і сіл губернії. До теперішнього часу дійшли прекрасні пам'ятки класицизму: Миколаївська церква (1794), дзвіниця цієї церкви (1810) та тріумfalна арка (1820) в садибі Кочубеїв в селищі Диканька, садибний будинок та інші споруди в маєтку Муравйових-Апостолів в с. Хомутець Миргородського району, будівлі в садибі Закревського в с. Березова Рудка Пирятинського району. До пам'яток архітектури зрілого класицизму відносяться також церкви: Троїцька в селищі Котельва (1812), Успенська в с. Веприк (1821) Гадяцького району, Благовіщенська в с. Федорівка (1828) Карлівського району, Всіхсвятська в м. Гадячі (1836). Принципи архітектури класицизму реалізовані в забудові м. Кременчука, м. Полтави та інших населених пунктів. Видатним зразком вітчизняного містобудування XIX ст. і архітектурного класицизму є ансамбль Круглої площі в Полтаві. Полтава відома й іншими пам'ятниками епохи класицизму, серед яких – будинок пожежної команди (1808), колишня Богадільня (1820), а нині один із корпусів обласної лікарні по вул. Шевченка, школа садівництва (1830), нині міська інфекційна лікарня, інститут шляхетних панн (1832–1836) – нині Полтавський технічний університет та ряд інших. На Полтавщині було збудовано багато визначних споруд, в архітектурі яких відобразилися стильові течії та архітектурні напрямки, характерні для вітчизняного зодчества, – романтизм, еклектика, наслідування історичних стилів, модерн та ін. Серед них особливу групу становлять будови початку ХХ ст., що відбивають пошуки в архітектурі українського національного стилю. До них належить мурована Покровська церква в с. Плішивець Гадяцького району (1906), що



повторює в певній мірі об'ємно-просторову структуру та вираз знаменитого запорізького дерев'яного дев'ятибанного Троїцького собору в м. Новомосковську Дніпропетровської області.

Голодомор 1932 – 1933 рр. – одна з найтрагічніших подій в Україні за всю багатовікову історію нашого народу, трагедія, яка завдала жорстокого удару по генофонду української нації. в багатьох населених пунктах області споруджено пам'ятники та пам'ятні знаки жертвам голодомору. За ініціативою письменника-земляка Олекси Коломійця та Українського фонду культури, на Горі Зажури в Лубенському районі, поблизу Мгарського Спасопреображенського монастиря, споруджено меморіал народної скорботи «Голодомор-1933». Домінантою меморіалу є насипний курган, над яким встановлено великий дзвін, що завершується Хрестом.

Не менш трагічною сторінкою в історії нашої країни були роки репресій. Місце вшанування пам'яті загиблих жертв репресій 30-х років ХХ ст. – урочище Триби Полтавського району, де поховані їх залишки (об’їзна траса Київ – Полтава – Харків, за с. Копили в сторону Харкова). 14 квітня 1990 р. проведено перепоховання останків жертв репресій 30-х років з виробленого піщаного кар’єру в урочищі Триби. Біля могили, яка знаходиться на невисокому піщаному пагорбі в лісі, споруджено пам'ятний знак. Він являє собою декілька хрестів, які «виростають» з пагорба. Завершує композицію центральний хрест з вмонтованою в нього зіркою.

Історії Другої Світової війни присвячено 2254 пам'ятки. Це братські та поодинокі могили загиблих воїнів, партизанів, підпільників, пам'ятні знаки загиблим воїнам-односельцям, пам'ятники радянським воєначальникам. Історико-меморіальним заповідником є Шумейкове урочище, де в 1976 р. споруджено пам'ятник воїнам Південно-Західного фронту [5].

Список використаних джерел: 1. Єгипетська піраміда в Україні/ [електронний ресурс] – <https://we.org.ua/malovnynchi-kutochky-ukrayiny/poltavskaya-obl/yegeypetska-piramida-v-ukrayini/> 2. Державно історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви»/[електронний ресурс] – <http://www.battle-poltava.org/ukr/reserve/> 3. Інтернет – видання Полтавщина / Довідка Полтави / [електронний ресурс] – <http://poltava.to/dovidka/14/> 4. Пам'ятки України / Пам'ятки Полтавської області / [електронний ресурс] – https://ua.igotoworld.com/ua/poi_object/65969_sorochinsky-fair-field.htm 5. Полтавіка / Архітектура сакральна / [електронний ресурс] – <http://history-poltava.org.ua/?p=317> 6. Україна Інкогніта/ Полтава: Іванова Гора, [електронний ресурс] – <http://ukrainaincognita.com/ru/poltavskaya-obl/poltava/poltava-ivanova-gora>



Ю.С. Кушнірук, к.геогр.н., доцент,

Є.А. Гавришко, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглядаються проблеми рекреації. Описано використання рекреаційних ресурсів Одеської області. Визначено оздоровчу функцію рекреаційної системи Одеської області. Викладено шляхи розвитку рекреаційних ресурсів Одеської області.

Ключові слова: лікувально-оздоровчий туризм, природні рекреаційні ресурси, природні лікувальні ресурси.

The article deals with recreational problems. Odesa region recreational resources use are described. The sanitary function of Odesa area recreation system is determined. The ways of Odesa area recreational resources development are outlined.

Key words: health-improvement tourism, natural recreational resources, natural healing resources.

Актуальність дослідження у сфері рекреалогії обумовлена зростаючим негативним впливом антропогенних чинників на систему “населення - навколоишнє середовище”. Кінець другого тисячоліття та початок третього відзначився переважаючою роллю антропотехногенних чинників над природними у інтенсивності негативного впливу на здоров'я населення. Особливо така тенденція помітна в помірному кліматичному поясі, де негативних природних чинників помітно менше, ніж в інших кліматичних зонах [1].

Інтенсивність даної динаміки спричиняє труднощі для гомеостазу людського організму, що наразі призводить до зниження імунітету, деструктивним змінам у механізмах пристосування, і як наслідок збільшенню показників загальної захворюваності та поширенню захворювань населення. Одним з чинників-противаг антропотехногенному навантаженню на організм є відновлення фізичних сил людини за допомогою природних рекреаційних ресурсів [3]. Саме Одещина має один з найвищих рекреаційних потенціалів за природним блоком серед рекреаційних районів України.

Одеський регіон вважається одним з провідних туристично-рекреаційних центрів України. Причинами такого стану є особливість географічного розташування області – її приморське і прикордонне



положення, що визначає наявність сприятливих кліматичних рекреаційних ресурсів. Переваги у транспортно-географічному положенні визначаються виходом до Азово-Чорноморського басейну і до великих річкових магістралей: Дунаю, Дністру, Дніпру, Дону [2].

Таблиця 1.

SWOT-аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу Одеської області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Сприятливі кліматичні умови. Наявність бальнеологічні ресурсів. Широкі можливості проведення таласотерапії. Різноманіття історико-культурних туристично-рекреаційних ресурсів м.Одеси. Можливості диверсифікації ринку туристичних послуг. Широкий спектр можливостей щодо забезпечення організованого відпочинку та оздоровлення. Науковий та практичний досвід оздоровлення та реабілітації різних категорій населення. Перспективні умови розвитку нових видів туризму. Наявність інфраструктури санаторно-курортних закладів, заснованої в ХХ ст.	Незадовільний стан доріг та супутньої інфраструктури. Низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності. Недостатня облаштованість курортних територій. Низький рівень туристичного сервісу. Обмеження щодо забезпечення зростання кількості туристів та рекреантів через не облаштованість територій та об'єктів рекреаційно-туристичної сфери. Слабка узгодженість роботи різних профільних установ з наданням туристичних, оздоровчих та інших супутніх послуг. Недостатня розвиненість інфраструктури рекреаційно-туристичної галузі.
Зовнішні можливості	Зовнішні погрози
Відкриття можливостей зовнішнього туризму через ратифікацію безвізового режиму з ЄС. Збільшення значення регіону щодо надання рекреаційно-туристичних послуг у зв'язку з анексією Криму. Активне співробітництво з державами Чорноморського регіону. Членство у європейських міжрегіональних об'єднаннях. Транзитні можливості території регіону. Можливості активного розвитку та розширення сфери послуг. Реформування ключових елементів державного управління.	Нестабільна політична ситуація у спільній прикордонній зоні з Молдовою (Придністров'я). Конкуренція з боку інших регіонів та держав. Недостатня інноваційність підприємств туристичної галузі. Слабка забезпеченість гарантій з боку держави для закордонних інвесторів. Недовіра іноземних інвесторів до туристично-рекреаційної галузі до гарантування державою захисту інвестицій та економічних інтересів. Слабка інформованість потенційних партнерів про можливості регіону.



Хоча при багатьох перевагах існують недоліки у туристично-рекреаційній галузі регіону, пов'язані в основному з економічними чинниками, інфраструктурою тощо (табл.1).

Основними природними рекреаційними ресурсами області є кліматичні та таласоресурси, пелоїдні ресурси лиманів та бальнеологічні ресурси. За багатством і розмаїтості природних лікувальних ресурсів, а також за кількістю курортно-оздоровчих установ регіон займає третє місце в Україні.

Але Одеський регіон має також високий туристично-рекреаційний потенціал і за другим блоком рекреаційних ресурсів, а саме – культурно-історичних, які сприяють відновленню духовних сил людини [1]. Тут функціонують музеї з філіалами і відділами, в тому числі перший в Україні музей (створений у 1825 р.) старожитностей в Одесі. На державному обліку перебуває 7,4 тисяч пам'яток, з яких 1440 пам'ятки містобудування і архітектури. Переважна більшість пам'яток зосереджена в Одесі [2]. Близько 4500 пам'яток культурної спадщини, 12 міст області занесені до Списку історичних населених місць України. Понад 100 об'єктів культурної спадщини мають статус пам'яток національного значення, що створили Одещині імідж одного із найбільш відомих і популярних місць для відвідування туристами і рекреантами.

Щодо перспектив розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону можна зауважити, що потрібне більш повне використання наявного туристично-рекреаційного потенціалу, охорона та раціональне використання природних рекреаційних ресурсів. Існують можливості для розвитку сільського туризму, оскільки ряд сіл області мають давню історію, в них відроджуються народні промисли, надається можливість спілкування з природою і придбання екологічно чистих сільськогосподарських продуктів. Враховуючи компактне проживання народностей і національностей Одеської області можлива організація турів для діаспори. Можливе використання світового досвіду щодо створення комплексів екзотичного та пригодницького туризму тощо.

Список використаних джерел: 1. Кушнірук Ю.С. Рекреація та курортологія [Текст] / Ю.С. Кушнірук / Рівне: НУВГП. – 2012. – 146 с.
2. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство [Текст] / Є.В. Панкова - К.: Альтерпрес, 2003. – 352 с. 3. Кушнірук Ю.С. Компенсирующие природные факторы медико-экологического риска территории [Текст] / Ю.С. Кушнірук // Materiály VIII mezinárodní vědecko - praktická konference «Aplikované vědecké novinky - 2012». - Díl 11. Zemědělství. Zeměpis a geologie. Ekologie: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o S. 63-67.



Ю.С. Кушнірук, к.геогр.н., доцент,

Д.С. Семенюк, студент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ «ДЕРМАНСЬКО-ОСТРОЗЬКИЙ»

У статті розглядаються проблеми рекреації. Описано використання рекреаційних ресурсів. Визначено оздоровчу функцію рекреаційної системи. Зазначені основні проблеми використання природно-заповідного фонду України.

Ключові слова: рекреаційне природокористування, функції рекреаційного природокористування, природно-заповідний фонд, заповідні території та об'єкти.

The article deals with recreational problems. Recreational resources use are described. The sanitary function recreation system is determined. The main problems of natural reserve fund of Ukraine are shown.

Key words: recreational nature management, functions, recreation nature, nature preserves, conservation areas and facilities.

Враховуючи високу забезпеченість природними рекреаційними ресурсами природоохоронні території є невід'ємною складовою туристично-рекреаційного комплексу у випадку, якщо територія належить до категорії, де дозволена короткотривала або довготривала рекреація. Природно-заповідний фонд України включає в себе ряд територій та об'єктів, які мають подвійну задачу – заповідання природи та рекреацію – національні природні парки (НПП) та регіональні ландшафтні парки (РЛП). Такою територією на Рівненщині є національний природний парк «Дермансько-Острозький».

Територія парку – це переважно лісові землі. До складу парку увійшло 18 об'єктів природно-заповідного фонду, в т.ч. регіональний ландшафтний парк, заказник загальнодержавного значення, 9 заказників місцевого значення, 6 заповідних урочищ, пам'ятка природи місцевого значення.

Як загальнодержавна установа, національний природний парк «Дермансько-Острозький» почав функціонувати з серпня 2011 року. На сьогодні існуючий національний природний парк створений без дотримання вимог до інсуляризованості, адже основою для нормальної



діяльності НПП є цілісність його території, а територія парку складається з відокремлених одна від одної ділянок.

Територія, на якій створено НПП «Дермансько-Острозький», відзначається мальовничістю ландшафтів, багатством рослинного та тваринного світу, великою кількістю історико-культурних пам'яток, частина з яких розташована в прилеглих до парку населених пунктах.

Привабливість регіону з туристичної точки зору, перш за все, закладена в географічній специфіці, оскільки територія парку представлена таким цікавим утворенням, як Острозька прохідна долина Малого Полісся, затиснута з півночі та півдня між Волинською та Подільською височинами.

Одним із найголовніших завдань функціонування парку в сучасний період є розробка заходів по розвитку туризму та рекреації, для чого необхідно здійснити комплексну оцінку рекреаційних ресурсів території. В межах НПП «Дермансько-Острозький» проводилися дослідження з окремих питань, зокрема – історико-культурне надбання регіону, рекреаційна оцінка прилеглих до парку територій, розвиток туризму, розробка маршрутів на окремих територіях тощо. Метою дослідження є оцінка атрактивності природних рекреаційно-туристичних ресурсів національного природного парку «Дермансько-Острозький».

Оцінку туристичної привабливості території здійснено відповідно до методики оцінювання природних рекреаційно-туристичних ресурсів (РТР). Застосований метод не вимагає складних розрахунків і однаковою мірою може бути поєднаний із методами оцінки історико-культурних та соціально-економічних РТР. У межах природних РТР виділяються такі елементи, як ліси, ріки, озера, рельєф поверхні, кліматичні умови, заповідні території, печери, мінеральні води та грязі.

В результаті аналізу проектних та наукових матеріалів отримана характеристика природних РТР НПП «Дермансько-Острозький». У рослинному покриві парку переважає лісова рослинність – вкриті лісовою рослинністю лісові ділянки становлять 81,1% загальної площини парку. З інших типів рослинності наявні болота, заболочені та торф'яністі луки, які сформувались на місці осушених боліт. Болота трапляються переважно на території Малого Полісся і прилеглій до неї території.

Основною річкою території розташування парку є Збитинка з притоками та багатьма струмками та балками. Характерною особливістю території парку є наявність значної кількості джерел, які знаходяться у підніжжях стрімких схилів та на дні крутосхилів і ярів.



Окремі джерела мають привабливий вигляд та відзначаються високоякісною водою. До території парку входить Новомалинське водосховище, розташоване на р. Збитинка біля с. Новомалин Острозького району. Площа водного дзеркала даної водойми становить 181,2 га (3,33% території парку).

Клімат території національного природного парку «Дермансько-Острозький» характеризується помірною континентальністю та значною зволоженістю. Літо тепло, вологе. Зима м'яка, хмарна, з частими відлигами. Для розвитку туризму та рекреації в межах НПП важливою є оцінка біокліматичних ресурсів. В результаті аналізу метеорологічних показників на території парку визначено, що комфортні та субкомфортні періоди для відпочинку і рекреаційної діяльності становлять 243 дні на рік.

За результатами аналізу природних рекреаційно-туристичних ресурсів, описаних вище, отримана наступна оцінка атрактивності даних рекреаційних ресурсів для НПП «Дермансько-Острозький»: коефіцієнт атрактивності природних туристично-рекреаційних ресурсів становить 0,62 – територія парку характеризується високою атрактивністю природних рекреаційно-туристичних ресурсів.

Отже, національний природний парк «Дермансько-Острозький» має значний потенціал та сприятливі природні умови для здійснення рекреаційної діяльності, а саме: високий показник заливлення, добре розвинену річкову мережу, велику кількість джерел та штучних водойм. Розташування парку в межах двох геоморфологічних утворень – Малополіської денудаційної рівнини та Мізоцького кряжу Волинської височини, зумовлює різноманітність рельєфу досліджуваної території, що виступає позитивним фактором для приваблення рекреантів. Біокліматичні ресурси парку створюють позитивні умови для розвитку та проведення рекреаційної діяльності в теплий і холодний період року. Це повинно дати поштовх для розвитку у відповідних зонах НПП «Дермансько-Острозький» пізнавального, лікувально-оздоровчого та спортивно-оздоровчого туризму.

Список використаних джерел: 1. Грищенко Ю.М. Особливо охоронні території та охорона генофонду [Текст] / Ю.М. Грищенко / Рівне: РДТУ, 2000. – 30 с. 2. Коротун С.І. Особливості використання природоохоронних територій у туристичній діяльності України і Республіки Польща [Текст] / С.І. Коротун, М.С. Яковишина // Вісник НУВГП. Сільськогосподарські науки : зб. наук. праць. – Рівне : НУВГП, 2016. – Вип. 2(74). – С. 163-170. 3. Воробйова О.А. Розвиток рекреаційно-туристичної діяльності на територіях природно-заповідного фонду України [Текст] / О.А. Воробйова, С.К. Харічков. - Одеса: ПРЕЕД НАНУ, 2009. - 36 с.



М. Л. Орлова, канд. геогр. н.

Т. Р. Самедова, студент

Одеська національна академія харчових технологій

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ТА ТУРИСТИЧНЕ ГОСПОДАРСТВО МАЛЬДІВСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

У роботі здійснено характеристику природних та історико-культурних рекреаційно-туристичних ресурсів, проаналізовано основні показники діяльності туристичного господарства Мальдівів – внесок туризму у ВВП країни, кількість зainятих у туристичній сфері, кількість міжнародних туристичних прибуттів.

Ключові слова. Мальдівська Республіка, рекреаційно-туристичні ресурси, туристичне господарство.

The work describes natural, historical and cultural tourism resources, analyzes the main indicators of the Maldives tourism industry – contribution of tourism to GDP, the number of employed in the tourism sector, international tourist arrivals.

Keywords. Maldives, recreational and tourism resources, tourism industry.

Мальдівська республіка розташована на Мальдівських островах, що знаходяться в Індійському океані, приблизно в семистах кілометрах на північний захід від острова Шрі-Ланка. Архіпелаг, що складається з 1192 коралових островів, з півночі на південь має протяжність 820 км, а зі сходу на захід – 120 км. Площа Мальдівів становить 298 км², острівне розташування держави обумовило значну довжину берегової лінії, що складає 644 км [7].

Населення Мальдівської республіки налічує 392,7 тис. осіб (липень 2017 року), воно проживає на близько 200 островах. За кількістю мешканців країна посідає 174 місце, а відповідно до значення щільноти населення – 9 місце серед 241 країни та території світу [4]. Столиця держави, місто Мале, розташована на одноіменному острові у центрі архіпелагу. Статево-вікову структуру населення Мальдівів станом на 2017 рік наведено у табл. 1. Етнічний склад населення представлений південними індійцями, сингалами та арабами. Офіційною релігією країни визнано іслам (напрямку сунізм) [7].

Рівень народжуваності становить 16,1 народжених на 1000 осіб (114 місце з 224 країн та територій), рівень смертності – 4 смерті на 1000 осіб (207 місце з 224). Сальдо міграції Мальдівів у 2017 році мало від'ємні значення – -12,7 людей на 1000 осіб наявного населення і було одним з найнижчих у світі (211 місце серед 219 країн та територій, що



розглядалися у рейтингу) [4].

Таблиця 1.

Статево-вікова структура населення Мальдівів [7]

Вікова група	Кількість чоловіків, осіб	Кількість жінок, осіб	Питома вага у загальній кількості населення, %
0-14 років	42871	41162	21,4 %
15-24 роки	45547	33804	20,21 %
25-54 роки	106701	82187	48,1 %
55-64 роки	11312	11667	5,85 %
65 років і старше	8042	9416	4,45 %

Клімат Мальдівських островів – тропічний. З листопада по березень на території архіпелагу панує сухий північно-східний мусон, з червня по серпень – дощовий південно-західний мусон. Коливання температури протягом доби та року дуже незначні: середня температура за рік становить 28°C , максимальна середня за рік – 30°C , а мінімальна середня за рік – 25°C . Загальна кількість опадів становить 1953 мм, кількість днів з опадами протягом року дорівнює 153 (див. табл. 2.) [6].

Таблиця 2.

Температурний режим та кількість опадів міста Мале, Мальдіви [6]

Місяць	Січень	Лютій	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень
Середня t повітря, $^{\circ}\text{C}$	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	28	27
Max t повітря, $^{\circ}\text{C}$	30	30	31	31	31	30	30	30	30	30	30	29
Min t повітря, $^{\circ}\text{C}$	25	26	26	26	26	26	26	25	25	25	25	25
Кількість опадів, мм	76	51	74	132	216	173	147	188	244	221	201	231
Кількість днів з опадами	8	4	5	11	17	15	15	15	16	17	16	14

Середня висота Мальдівських островів над рівнем моря становить 1,8 м, максимальна висота зафікована острові Віллінгілі і складає 5 м над рівнем моря. Мальдівські острови за походженням належать до атолів – низинних коралових островів кільцеподібної форми з мілководною лагуною всередині [3; 7].

Коралові рифи являють собою одну з найбагатших за кількістю



організмів та їх видовим складом екосистему. Завдяки своїм скелетам корали утворюють фізичне середовище, яким користуються інші організми (живуть у заглибинах і щілинах коралів, прикріплюються до поверхні, харчуються ними). У коралових рифах навколо Мальдівських островів зафіковано близько 1200 видів риб, в тому числі 40 видів акул, 5 видів морських черепах, 21 вид китів і дельфінів, 187 видів коралів, 400 видів молюсків і 83 види голкошкірих [1, С. 1].

Значна частина історико-культурних ресурсів Мальдівів зосереджена у місті Мале. Однією з найбільш привабливих архітектурних пам'яток столиці є Ісламський центр, зведений у 1984 році. У структурі цього центру функціонують найбільша на Мальдівах мечеть – Мечеть Великої П'ятниці (вміщує 5 тис. осіб), бібліотека, конференц-зал, учбові приміщення, офіси. Інтер'єр мечеті Великої П'ятниці оздоблений вишуканим різьбленим, унікальними килимами, розкішними люстрами [2].

Найстарішим мусульманським храмом міста Мале є мечеть Хукуру Міскій. Будівля мечеті складена з коралових блоків, покритих різьбою. Всередині, на стінах храму розміщуються панно з цінних порід дерева, прикрашені різьбленими орнаментами та цитатами з Корану. Поряд з мечеттю Хукуру Міскій розташовані мінарет Муннаару, цвинтар з усипальницями султанів, а також каплиця, у якій знаходиться могила мусульманського мандрівника Абу аль-Бараката Юсука аль-Барбари. Саме цей мандрівник і проповідник у 1153 році запровадив у країні іслам. У Мале також знаходиться могила національного героя Мальдівів Мухаммеда Тхакуруфаану аль-Азема, який у 1573 році очолив народне повстання проти португальських завойовників. Результатом цього опору стало вигнання португальських колонізаторів з архіпелагу [2].

Національний музей спочатку розміщувався у вцілому крилі колишнього палацу султанів, що був зведений у XVII столітті і зруйнований під час пожежі 1968 року. Нову споруду для музею було побудовано завдяки підтримці китайського уряду і відкрито у 2010 році. Експозиція музею представлена одягом, посудом, зброею, меблями та іншими речами, що належали правлячим династіям султанів. Дуже цінною є колекція артефактів доісламських часів зібрана відомим норвезьким мандрівником та дослідником Туром Хейердалом [2].

З осені 1982 року до лютого 1984 року експедиція під керівництвом Тура Хейердала проводила археологічні розкопки та етнологічні дослідження на Мальдівах. На території атола Гааф-Гана були знайдені руїни дев'ятиметрової ступінчастої піраміди, стіни якої прикрашали



рельєфи з солярними символами. На атолі Ніланду був відкритий храмовий комплекс, зведений близько 550 року стародавніми жителями архіпелагу. Значні розміри храмових комплексів, їх багатий декор, численні кам'яні статуї довели, що до прибууття арабів в XII столітті на Мальдівських островах існувала високо розвинена цивілізація, пов'язана з культурами Індостану та Шрі-Ланки [3].

Парк Султана, на території якого знаходиться як попереднє, так і нинішнє приміщення Національного музею, відноситься до атрактивних пам'яток садово-паркового мистецтва. До встановлення Республіканської форми правління він був садом, що оточував палац правителів. Серед численних видів тропічної флори, представлених у парку, особливу увагу заслуговує колекція квіткових рослин. Визначний палацово-парковий ансамбль являє собою палац Мули Аге з тропічним садом, побудований у 1906 році султаном Мохамедом Шамсуддіном III для свого сина. Споруда, виконана у колоніальному стилі, зараз слугує резиденцією президента Мальдівської Республіки [2].

На найпівденнішому атолі Мальдівського архіпелагу, Адду-атолі, знаходитьться колишня британська військово-морська база [2].

Структура господарства Мальдівської Республіки відповідно до внеску у ВВП країни виглядає наступним чином: сільське господарство – 7 %, промисловість – 11 %, сфера послуг – 82 % (2016 р.) [5]. Основним видом економічної діяльності у сфері послуг Мальдівів є туризм. Прямий внесок туризму у ВВП країни в 2016 році склав 1,36 млрд доларів США (40,9 % ВВП), загальний внесок (разом з пов'язаними видами діяльності) – 2,65 млрд доларів США (79,4 % ВВП) [8].

Безпосередньо у сфері туризму функціонувало 35,5 тис. робочих місць (19,7 % від загальної зайнятості), разом з суміжними видами діяльності кількість робочих місць становила 78,5 тис. або 43,6 % від загальної кількості зайнятих [8].

Витрати внутрішніх туристів склали лише 2,7 % від прямого внеску туризму у ВВП країни, решта витрат або 97,3 % припадає на зовнішніх відвідувачів. Кількість міжнародних туристів, які відвідали Мальдіви у 2016 році, становила 1,286 млн осіб [8; 9].

Іноземні туристи прибувають на Мальдіви через Міжнародний аеропорт імені Ібрагіма Насіра (Velana International Airport), розташований на острові Хулхуле. Аеропорт приймає рейси багатьох авіакомпаній, серед яких – Maldivian, SriLankan Airlines, China Southern Airlines, Oman Air, Malaysia Airlines, Japan Airlines, Qatar Airways, Emirates, Turkish Airlines, Singapore Airlines, Flydubai, Etihad, Аерофлот.



Повітряне сполучення в межах країни забезпечують місцеві авіакомпанії Trans Maldivian Airways, флот якої представлений гідролітаками, та Maldivian. Рейси цих авіакомпаній приймають аеропорти Ган (атол Адду), Ханімаадху (атол Хаа-Дхаалу), Кадхху (атол Лааму), Каадедхху (атол Гаафу-Дхаалу) та інші [2; 7].

Відстані між островами Мальдівського архіпелагу можна подолати за допомогою порому, на місцевих човнах дхоні або сучасних швидкісних катерах. Автомобільний транспорт не набув значного розвитку: автобусним сполученням забезпечені лише міжнародний аеропорт на острові Хулхуле та столиця держави – місто Мале.

Послуги розміщення туристам на Мальдівах надають понад сто готелів, більшість з яких відзначаються високим рівнем комфорту та широким спектром додаткових послуг. Споруди готелів зазвичай одноповерхові, номерний фонд представлений у вигляді окремих будиночків (вілл, шале, котеджів, бунгало). У структурі готелів як правило працюють spa-салони та дайвінг-центри [2].

Мальдівська Республіка має розвинене туристичне господарство, що функціонує завдяки використанню, перш за все, природних рекреаційно-туристичних ресурсів. Країна спеціалізується на обслуговуванні іноземних туристів, кількість яких у 2016 році перевищила кількість наявного населення у 3,3 рази. За умови збереження високих темпів розвитку туризму перед Мальдівами можуть постати проблеми забезпечення сталого розвитку, зокрема питання пов’язані з раціональним використанням рекреаційно-туристичних ресурсів, збереженням природних екосистем, забезпеченням питною водою та продовольством.

Список використаних джерел: 1. Андерсон, Ч. Рифовые рыбы Мальдив / Доктор Р. Чарльз Андерсон ; пер. Н. Кострома, С. Богородский. – Мале : Манта Марин, 2005. – 130 С. 2. Мальдивиана / Группа компаний «Мальдивиана». – Режим доступа: <http://www.maldives.ru/maldives/> 3. Хейердал, Тур. Мальдивская загадка / Тур Хейердал ; пер. Л. Л. Жданов. – Санкт-Петербург : Амфора, 2016. – 383 с. 4. Country Comparison / Index Mundi. – Режим доступу: <https://www.indexmundi.com> 5. Maldives : Country Profile / World Bank. – Режим доступу: <http://databank.worldbank.org> 6. Male, Maldives / Weatherbase. – Режим доступу: <http://www.weatherbase.com> 7. The World Factbook / Central Intelligence Agency. – Режим доступу: <https://www.cia.gov> 8. Travel & Tourism economic impact 2017. Maldives / World Travel & Tourism Council. – London : WTTC, 2017. – 19 с. 9. UNWTO Tourism Highlights, 2017 Edition / World Tourism Organization. – 2017. – 15 с.



C.M. Остапчук, к.т.н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

A.P. Мініч, к.ф.н. старший викладач

Національний університет «Острозька академія», м. Острог

ГЕОГРАФІЧНІ ЦЕНТРИ ЄВРОПИ ЯК ТУРИСТИЧНІ ЛОКАЦІЇ

Відзначено значення географічних центрів територій як важливих географічних констант. Розглянуто найбільш відомі туристичні локації, які вважалися колись чи претендують сьогодні бути географічним центром Європи.

Ключові слова: географічний центр, центр ваги фігури, координати.

The significance of the geographical centers of the territories as important geographical constants is noted. Considered the most famous tourist destinations that were considered once or pretend to be the geographic center of Europe today.

Key words: geographical center, center of gravity of a figure, coordinates.

Географічні центри територій належать до категорії географічних констант (визначних географічних характеристик), тому традиційно виконують ряд важливих функцій, серед яких звернемо увагу на атракційно-економічні. Немало європейських країн вважали колись і претендують сьогодні на те, що географічний центр Європи знаходиться саме на їх території (Австрія, Білорусь, Естонія, Латвія, Литва, Німеччина, Польща, Росія, Словаччина, Чехія, Угорщина, Україна). Як же так склалося, що центр Європи, який по суті повинен бути єдиний, раптом виявився такою неоднозначною точкою, що блукає по карті? Суперечки про те, де ж все таки вона знаходиться, виникають через різні методи розрахунків, способи і точність обчислень, умовність і неоднозначність частини кордонів Європи та ін. Пропонується розглянути найбільш відомі точки, які вважалися колись чи претендують нині бути географічним центром Європи (див. рис.).

1. Суховоля (містечко однойменної гміни, Підляське воєводство, Польща). Першим географічним центром Європи стала Суховоля, на ринковій площі якого Шимон Антоні Собекрайський, картограф і астроном короля Речі Посполитої, у 1775 р його і розмістив. Місцеположення було встановлено на перетині ліній між найбільш віддаленими точками (мис Нордкап у Норвегії і мис Тенарон у Греції, мис Сент-Вінсент у Португалії і крайня східна точка Уральських гір).

Географічні координати: $53^{\circ}34'36''$ пн. ш. і $23^{\circ}06'06''$ сх. д.

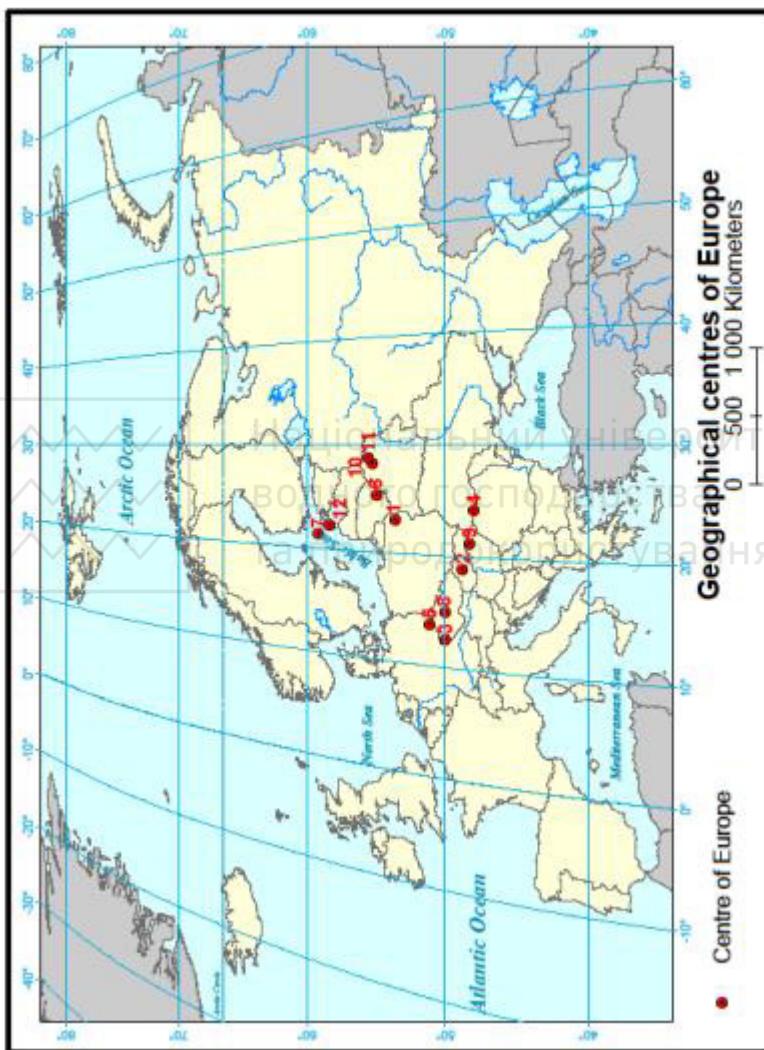


Рис. Карта «Географічні центри Європи»



2. Кремниця (містечко муніципалітету Ж'яр-над-Гроном, Банськобистрицький край, Словаччина). Наступним відомим центром Європи (1815 р.) стало невелике на той час словацьке село Кремниця, яке розміщувалося біля підніжжя гори Крагуле (знаходиться на водорозділі басейнів Балтійського і Чорного морів). Тому пізніше назву центру можна було почути у двох варіантах – і Кремниця, і Крагуле. Зараз це місце є досить популярним у Європі, тут знаходиться відомий гірськолижний курорт. Окрім пам'ятного каменю є ще й готель під назвою «Центр Європи».

Географічні координати: $48^{\circ}44'37''$ пн. ш. і $18^{\circ}54'46''$ сх. д.

3. Ділень (939-метрова гора, муніципалітет Стара-Воде, Чехія). У 1865 р. в часи Австро-Угорської монархії центральна точка Європи була визначена на горі Ділень (нім. – Тілле). Зараз тут на західному схилі гори у лісовому масиві на німецько-чеському кордоні стоїть кам'яний стовп із відповідними написами. Розташоване поблизу невелике баварське село Нойальбенройт (Німеччина) цей факт активно використовує для розвитку місцевого туризму. Історичні ж документи засвідчують, що тут у далекі часи був закладений тріангуляційний пункт для виконання геодезичних спостережень.

Географічні координати: $49^{\circ}58'$ пн. ш. і $12^{\circ}30'$ сх. д.

4. Ділове (село Рахівського району, Закарпатська область, Україна). У 1885-1887 рр. на Закарпатті, яке тоді перебувало у складі Австро-Угорщини, виконувалося вивчення місцевості з метою будівництва залізної дороги Рахів – Сігет. У процесі вишукувань інженери встановили, що на цій території може знаходитися географічний центр Європи. Згодом геодезисти військового відомства виконали розрахунки, відповідні вимірювання і біля села Ділового на березі Тиси закріпили стовп. Пізніше на ньому з'явилася табличка з написом на латині: «Це постійне, точне, вічне місце, яке визначене спеціальним приладом, виготовленим в Австро-Угорщині, у Європейській системі широт і довгот у 1887 р.». Заради справедливості потрібно зауважити, що тоді на території імперії було встановлено більше десятка подібних стовпів для проведення досліджень з визначення центру Європи. Пізніше деякі з них помилково почали сприйматися за бажані центри.

Географічні координати: $47^{\circ}57'40''$ пн. ш. і $24^{\circ}11'10''$ сх. д.

5. Фрауенкірхе (евангельсько-лютеранський храм, Дрезден, Німеччина). На початку 1900-х рр. географи Німецької імперії провели власні розрахунки і заключили, що австрійські вимірювання були неточними. За версією німецьких дослідників, географічний центр Європи знаходиться у столиці Саксонії – місті Дрездені, поряд із евангельсько-лютеранською церквою Фрауенкірхе.



Географічні координати: $51^{\circ}03'07''$ пн. ш. і $13^{\circ}44'30''$ сх. д.

6. Пурнушкес (село Вільнюського повіту, Литва). У 1989 р. Французький національний інститут географії встановив нове розміщення географічного центру Європи. Для обчислення був використаний математичний метод визначення центру ваги геометричної фігури. Із розрахунків виходило, що такий центр знаходиться у Литві, за 26 км північніше її столиці – Вільнюса, недалеко від села Пурнушкес. У 2004 р. на цьому місці відкрито скульптурну композицію – колону із білого граніту, верх якої опоясуює зіркова корона (символ Європейського Союзу). Пурнушкеський центр отримав найбільш широке визнання. Це єдиний центр Європи, який занесений до Книги рекордів Гіннеса.

Географічні координати: $54^{\circ}54'$ пн. ш. і $25^{\circ}19'$ сх. д.

7. Хіумаа (острів у Балтійському морі, Естонія). Цю точку визначили українські географи Ярослав Кудлик та Володимир Грицевич у 1994 р. Взагалі кажучи, львівські вчені на основі серії детальних розрахунків визначили аж три варіанти географічних центрів Європи (материковий, з близькими островами, Європа загалом). Але найбільшу увагу привертає саме третій варіант – точка у Балтійському морі поблизу естонського острова Хіумаа.

Географічні координати: $59^{\circ}09'$ пн. ш. і $21^{\circ}23'$ сх. д.

8. Коуржим (містечко Середньочешського краю, Чехія). Дослідження чехів показали, що астрономічний центр Європи знаходиться саме у їхній країні, а конкретніше – на віддалі 1,5 км від містечка Коуржим (місце перетину північної паралелі 50° і східного меридіана 15°). У цьому не сумніваються і місцеві мешканці, тому у 1995 р. на міській площі поблизу мерії встановили відповідний пам'ятний знак із металевим виском і нанесеною символічною точкою. Координати ж її, звісно, дещо відмінні.

Географічні координати: $50^{\circ}00'10''$ пн. ш. і $14^{\circ}58'28''$ сх. д.

9. Тайлля (село в окрузі Боршод-Абай-Землен, Угорщина). Угорські географи вирішили провести свої розрахунки по визначенню центру континентальної Європи. І у 2000 р. у невеликому селі Тайлля було встановлено скульптуру із написом «Геодезичний центр Європи». Оскільки село розташоване у знаменитому Токайському винному районі, даний факт є додатковим стимулом для розвитку туризму.

Географічні координати: $48^{\circ}14'$ пн. ш. і $21^{\circ}13'$ сх. д.

10. Шо (озеро у Полоцькому районі, Вітебська область, Білорусь). У 2000 р. білоруські вчені Олексій Соломонов і Валерій Аношко опублікували результати досліджень, згідно яких географічний центр Європи розміщується 48 км південно-західніше Полоцька, недалеко



від озера Шо. Створивши матрицю з невеликим кроком сітки, вчені використали метод центру ваги і спеціальну комп'ютерну програму, яка сприймала Європу за єдине ціле – Біле і Балтійське море, Англію і Ірландію включили у програму як об'єкти материкової зони.

Географічні координати: $55^{\circ}10'55''$ пн. ш. і $28^{\circ}15'30''$ сх. д.

11. Погоцьк (районний центр, Вітебська область, Білорусь). Декілька років потому вчені «Белаерокосмогеодезії» провели подальші дослідження, включивши у територію Європи басейни ще інших морів та найбільші острови. Східна межа Європи була взята по підошві Уральського хребта. До розрахунків уже була взята матриця із більш щільним кроком інтегральної сітки. Виявилося, що у такому випадку центр Європи знаходиться у самому Погоцьку, де у 2008 р. у одному із міських скверів встановлено знак «Центр Європи».

Географічні координати: $55^{\circ}30'$ пн. ш. і $28^{\circ}48'$ сх. д.

12. Манюште (село муніципалітету Кярла, округ Сааремаа, Естонія). У свою чергу, естонці почали стверджувати, що якщо всі острови – від Азорських до Землі Франца-Йосифа і від Криту до Ісландії брати до уваги, то за їхніми розрахунками центральна європейська точка буде знаходитися поблизу села Манюште на острові Сааремаа.

Географічні координати: $58^{\circ}18'14''$ пн. ш. і $22^{\circ}16'44''$ сх. д.

Цей список можна ще продовжувати далі. Загалом він налічує більше двохсот подібних центрів Європи (скажімо, в Україні – 4, у Чехії – 8 і т. д.). Про найбільш цікаві і неординарні з них є навіть документальний фільм, який зробив польський режисер Станіслав Муха.

Для візуалізації положення розглянутих нами географічних центрів з метою порівняння їх розміщення одного відносно іншого, вирішено було за наведеними географічними координатами нанести їх на контурну основу карти (система координат: всесвітня; проекція: довільна псевдоциліндрична Робінсона; центральний меридіан: $30^{\circ}00'00''$ сх. д.). Нумерація точок (див. рис.) відповідає порядку розгляду географічних центрів у тексті.

Узагальнюючи наведений матеріал, потрібно зауважити, що такий великий інтерес до цього питання цілком зрозумілий, бо туристична діяльність – це прибуткова справа. Та й у багатьох народів є закономірне бажання жити саме у центрі Європи. Але при цьому варто пам'ятати, що географічні центри не можуть визначатися і трактуватися довільно, з національним чи комерційним інтересом, а повинні відповідати загальновизнаним у світовій науковій практиці правилам.



УДК 338.483. 12 (476)

*А.І. Павловский, к. геогр. н., доцент,
С.В. Андрушко, к. геогр. н. доцент,
Т.А. Мелех, ст. препод.,
М.С. Томаш, ст. препод.,
УО «ГГУ им. Ф. Скорины»*

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В БЕЛАРУСИ

Рассмотрены преимущества географического положения Беларуси в плане организации культурно-познавательного туризма, выполнена оценка современного состояния и потенциала этно-культурного разнообразия регионов страны и основных объектов туристического значения.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, этнокультурные регионы, инфраструктура, туристический потенциал, культурное наследие.

Advantages of a geographical location of Belarus in respect of the organization of cultural and informative tourism are considered, assessment of the current state and potential of ethno-cultural diversity of regions of the country and the main objects of tourist value is executed.

Keywords: cultural and informative tourism, ethnocultural regions, infrastructure, tourist potential, cultural heritage.

Важнейшим преимуществом Беларуси в развитии культурно-познавательного туризма является выгодное географическое положение страны. Республика граничит с Западной Европой – крупнейшим в мире регионом формирования спроса на туристские услуги, (порядка 58 % международных путешествий), находится на пересечении оживленных транзитных путей (Западная Европа – Россия и Балтия – Причерноморье), имеет общие границы с Польшей, Литвой, Латвией, Россией и Украиной, что обеспечивает значительные транзитные потоки с существенным потенциальным объемом спроса на кратковременные программы туристско-экскурсионного обслуживания.

Приграничное месторасположение регионов Беларуси создает особые условия для развития культурно-познавательного туризма, ориентированного, в основном, на рынки прилегающих стран, а также на обслуживание транзитного потока. Для приграничного туризма характерна высокая составляющая краткосрочных туров, а также



экспедиционного (однодневного) туризма. Общность исторического прошлого с соседними государствами и добрососедские отношения также могут служить основой для разработки совместных культурно-познавательных туроров, которые будут проходить по территориям нескольких государств (общей темой может быть история, жизнь и деятельность известных людей и др.).

Одним из приоритетных направлений развития культурно-познавательного туризма в Беларуси может стать въездной культурно-этнический туризм. Предпосылкой для активного развития этого направления в нашей стране является наличие белорусской диаспоры (всего 3,0–3,5 млн человек) в различных странах мира: Россия – 1,2 млн человек, США – 0,5–1,0 млн, Украина – 440 тыс., Польша – 320 тыс., Австралийский Союз – 320 тыс., Израиль – 120–140 тыс., Латвия – 95 тыс., Литва – 55 тыс. человек и другие. Представляет безусловный интерес такой значимый компонент культурно-познавательного туризма как национальная кухня белорусского народа. Туристы смогут не только продегустировать блюда национальной кухни, но и принять непосредственное участие в их приготовлении.

Беларуси удалось сохранить уникальное региональное разнообразие. Этнокультурные регионы Беларуси обладают ценнейшими материальными и нематериальными историко-культурными ценностями, которые пока должным образом не востребованы. Имеющийся историко-культурный потенциал Беларуси позволяет развивать как внутренний, так и въездной культурно-познавательный туризм. На территории нашей страны учтено 14392 недвижимых материальных памятника истории и культуры, из числа которых 2542 имеют национальное значение, а отдельные объекты и памятные места представляют международный интерес. Это открывает большие возможности для разработки экскурсий самого различного содержания, как для разных категорий местного населения, так и иностранных туристов из разных регионов мира. Важным моментом является и то, что эти ресурсы экспедиционного туризма распространены повсеместно, что дает возможность развивать его в каждом регионе.

Активное развитие туризма может способствовать повышению посещаемости музеев. Новые условия требуют включение в программу работы музеев и новых форм обслуживания, органично входящих в экспедиционную деятельность: например, просмотр тематических видеофильмов и презентаций, костюмированных иллюстраций исторических событий и тематических театрализованных или литературных представлений с активным вовлечением гостей.



Грамотный подход к эксплуатации памятников культурного наследия с целью уменьшения антропогенной нагрузки на территорию предполагает развитие альтернативных форм туризма с возрождением городской и сельской исторической среды на территориях, ориентированных на обслуживание туристов. Здесь необходима реконструкция исторических центров городов, включающая комплексную реконструкцию улиц с размещением туристских объектов.

Немаловажной причиной использования культурно-познавательного туризма как важного фактора развития регионов является то, что для его развития не требуется больших затрат. Можно даже обойтись той скромной инфраструктурой, которая есть в каждом районном центре страны. В тоже время он открывает хорошие перспективы для экономического развития регионов. Они проявляются через постепенное развитие инфраструктуры, создание рабочих мест, развитие отраслей хозяйства, обеспечивающих жизнедеятельность экскурсантов (питание, транспорт), рост благосостояния местного населения, поступлений в государственный бюджет.

Наибольшую ценность для развития культурно-познавательного туризма в Республике Беларусь представляют:

– памятники истории и культуры – исторический центр Гродно, памятники Полоцка, архитектурно-культурный комплекс бывшей резиденции Радзивиллов в Несвиже, замковый комплекс «Мир» (внесены в Список Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО), церкви оборонного типа в Сынковичах, Мурованке, Камаях, Брестская крепость, Лидский замок, Бобруйская крепость, памятники Пинска, Слонима, Могилева, Гомеля (дворцово-парковый ансамбль в стиле классицизма, собор Петра и Павла), Мстиславля, Витебска;

– места, связанные с важными историческими событиями: Новогрудок (создание Великого княжества Литовского), Гродно (второй и третий разделы Речи Посполитой), Полоцк (центр одного из древнейших славянских княжеств), Жировичи (Свято-Успенский Жировичский монастырь, местонахождение чудотворной иконы Божией Матери Жировичской), Брест (церковная уния 1596 г., мирный договор между советской Россией и Германией в 1918 г., героическая оборона Брестской крепости в 1941 г.), Хатынь (деревня, сожженная фашистами в 1943 г. вместе с жителями);

– места, связанные с именами выдающихся исторических личностей: А. Мицкевича (Заосье, Новогрудок, озеро Свитязь, Щорсы, Бальценики, Тугановичи), М. Огинского (Слоним, Гродно, бывшая родовая усадьба Огинских в Залесье), Э. Ожешко (Мильковщина,



Гродно, Людвиново, Закозель), И. Домейко (Медведка, Щучин), Ф. Скорины (Полоцк), Симеона Полоцкого (Полоцк), Т. Костюшко (Коссово, Сяхновичи, Гродно), М. Шагала (Лиозно, Витебск), ставка Николая II в Могилеве;

– музеи Минска, Гродно, Витебска, Полоцка, Гомеля, Могилева, Бреста, Слонима, Новогрудка, Барановичей, народного искусства в Раубичах, народного творчества в городе Ветка, Купаловский заповедник, Коласовский заказник, Музей материальной культуры в д. Дудутки;

– центры народных ремесел и промыслов: стеклозаводы в Борисове и Березовке, гончарного дела и керамики в Ивацевичах, Бобруйске, д. Мотоль, росписи и резьбы по дереву в Ивенце, Будславе, инкрустации по дереву в Жлобине, плетения изо льна в Молодечно, ткачества в д. Мотоль, изделий из соломы в Могилеве, фабрики сувениров в Минске, Бресте, Пинске, Гомеле

Значимость историко-культурного наследия трудно переоценить. Для Беларуси, чья история как независимого государства измеряется более чем двумя десятилетиями, проблема обращения к своим истокам актуальна вдвойне, ибо без прошлого не бывает будущего.

Рассматривая перспективы культурно-познавательного туризма в Беларуси, можно выделить некоторые факторы, сдерживающие его развитие:

– ограниченность культурных и природных ресурсов (отсутствие традиционно привлекательных для туристов моря, гор, всемирно известных культурно-исторических объектов);

– низкий интерес к внутренним туристским маршрутам у населения страны вследствие слабого развития инфраструктуры туризма и недостаточного национального туроперейтинга;

– недостаточное развитие туристской инфраструктуры (сферы обслуживания, гостиничного хозяйства, питания, придорожного сервиса), ограниченность культурно-туристических услуг.

Паркам Беларуси, кроме мер по их сохранению, необходима активная и целенаправленная популяризация. Привлечь внимание общественности к проблеме сохранения и использования парков помогут фильмы и телевизионные сюжеты, анимационные и концертные программы. При правильном подходе, можно добиться возрождения отдельных усадеб и парков и возвращения им роли подлинных культурных центров, что и должно быть конечной целью каждого проекта.

Культурно-познавательный туризм на сегодняшний день является одним из самых распространенных видов туризма. Республика



Беларусь имеет богатый природный потенциал: мягкий климат, неповторимые и во многом уникальные природные ландшафты, много рек и озер, отсутствие обширных промышленных районов и богатое культурное наследие, отражающее историческое развитие государства, вклад белорусского народа в сокровищницу мировой цивилизации. Развитие культурно-познавательного туризма связано с тем, что он способствует созданию позитивного имиджа, инвестиционной привлекательности, содействует повышению образовательного и культурного уровня населения, уважения к своей национальной культуре и культурам других народов и стран. К несомненным плюсам нашей страны также следует отнести развитую сеть дорожных коммуникаций различного уровня, компактную территорию, стабильность в отношении фактора безопасности.

Туристический потенциал Беларуси является базой для развития различных видов туризма и экскурсионной деятельности, где должны быть определены природно-исторические территории, представляющие особую ценность как объекты районного, областного и республиканского культурного наследия и предложена форма их рационального использования. Это предполагает особый статус таких территорий и особую хозяйственную политику, на основе которой возможно обеспечение достойного социального развития наследия и возрождения национальной культуры. Ведь именно туристическая индустрия, базирующаяся на использовании историко-культурного наследия как основного рекреационного ресурса, заинтересована в сохранении и поддержании в достойном состоянии его объектов. В этом случае культурно-исторические ресурсы будут стимулировать развитие как внутреннего, так и международного туризма. Разнотипность культурного наследия становится объективной основой развития материальной базы современного туристического бизнеса Беларуси, обеспечивая разнообразие форм, содержания и экономической привлекательности для правительства республики, региональных администраций и спонсоров.

Исходя из вышеизложенного материала можно сделать вывод о том, что выгодное географическое положение страны может использоваться для активного развития трансграничного туризма с культурно-познавательным компонентом. Одним из приоритетных направлений развития культурно-познавательного туризма в Беларуси могут стать въездной культурно-этнический туризм, культурно-познавательные туры, где преобладающим будет гастрономический компонент. Чтобы создать конкурентоспособный продукт, необходимо формировать пакет экскурсионных маршрутов.



УДК 911.2 : 556.55 (477.82)

М. П. Пасічник, аспірант

Л. В. Ільн, д. геогр. н., професор

Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки, м.Луцьк

ГІДРОМІНЕРАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРОЕКТОВАНОГО КУРОРТУ ДЕРЖАВНОГО ЗНАЧЕННЯ «ШАЦЬК»

У публікації наведені дані про лікувальні грязі і мінеральні води розвідані в межах Шацького Поозер'я. Актуальність дослідження зумовлена концепцією створення курорту державного значення «Шацьк». Встановлено, що тут наявні значні запаси гідромінеральних ресурсів які перспективні для використання у бальнеології та грязелікуванні.

Ключові слова: сапропель, торф, лікувальні грязі, мінеральна вода, «Курорт Шацьк».

The publication contains information on medical mud and mineral waters explored within the boundaries of Shatskoye Lakeshore. The relevance of the study is determined by the concept of creating a resort of state significance «Shatsk». It is established that there are significant reserves of hydromineral resources that are promising for use in balneology and mud treatment.

Key words: sapropel, peat, medical mud, mineral water, «Shatsk Resort».

Курортна місцевість Шацького Поозер'я є ключовим об'єктом рекреаційно-туристської діяльності у Волинській області [1]. Завдяки поєднанню сприятливих кліматичних умов, наявності озерних водойм придатних для купально-пляжного використання, естетичних ландшафтів, лісів багатих фітонцидним повітрям, а також розвіданими запасами мінеральних вод і лікувальних грязей курортно-рекреаційна місцевість є найпопулярнішим курортно-туристичним і фактично єдиним кліматичним курортом озерно-лісового типу Північно-Західної України.

За даними Волинської облдержадміністрації кількість туристів у Шацькому адміністративному районі щороку зростає. У 2014 році в районі відпочило та оздоровилось близько 120 тис. осіб, у 2015 – 140 тис. осіб, у 2016 – до 300 тис. осіб, а у 2017 р. кількість рекреантів зросла до 450 тис. осіб. У зв'язку з цим, актуальним є надання Шацьку статусу курорту державного значення (в Україні такий статус мають шість курортів). За ініціативою Департаменту інфраструктури та туризму Волинської облдержадміністрації було підписано угоду з Одеським науково-дослідним інститутом медичної реабілітації та курортології, яким передбачено дослідження лікувально-оздоровчих



ресурсів Шацького Поозер'я, зокрема медико-біологічний аналіз озерних сапропелів, торфів, мінеральних вод, гідрохімічний аналіз озерних вод, тощо. Угодою передбачено підготовку документів та клопотання про надання Шацьку статусу курорту державного значення.

Спеціалізовані геологічні дослідження сапропелю й мінеральної води вже проводились фахівцями державного гідрогеологічного управління «Укргеокаптажмінвод». Різними стадіями експедицій виявлено 108832 тис. м³ сапропелю органічного та органо-силікатного класу фізико-хімічні властивості якого відповідають вимогам для лікувального застосування. Найбільше його зосереджено у озерах Пулемецьке – 37440 тис. м³ (гідрокарбонатно-сульфатні, магнієво-кальцієві), Луки – 31018 тис. м³ (гідрокарбонатно-сульфатно-кальцієві), Світязь – 19953 тис. м³ (сульфатно-гідрокарбонатні, магнієво-кальцієві), Перемут – 6953 тис. м³ (гідрокарбонатно-хлоридно-сульфатні, натрієво-калієво-кальцієві), Мошно – 2147 тис. м³ (сульфатно-кальцієві), Пісочне – 2022 тис. м³ (гідрокарбонатно-сульфатні, натрієво-калієво-кальцієві), Карасинець – 854 тис. м³ (гідрокарбонатно-сульфатні, магнієво-кальцієві), Кругле – 796 тис. м³ (сульфатно-гідрокарбонатні, магнієво-кальцієві) та ін. Непридатний для рекреаційної діяльності виявився сапропель озер Люцимер, Чорне Велике і Соминець [2].

Завдяки великій кількості речовин, що беруть участь в утворенні сапропелевих грязей, в них накопичуються естрогени, фосфоліпіди, органічні кислоти, спирти, ефіри, гумінові речовини, вільні і пов'язані амінокислоти, каротиноїди, ферменти, вітаміни (В₁, В₆, В₁₂, Д та ін.), широкий спектр макро- і мікроелементів та інші біологічно активні речовини, які визначають високу лікувальну і профілактичну ефективність. Озерний сапропель використовують у пелоїдотерапії для лікування захворювань шкіри, опорно-рухового апарату, нервової системи, урологічних, статевої сфери, очей, органів серцево-судинної системи, органів травлення, дихання; захворювань і наслідків травм центральної нервової системи. На основі сапропелю виготовляють косметичні маски для обличчя, які сприяють омоложенню шкіри, протидіють процесам старіння шкіри [3].

На базі санаторію «Лісова пісня» успішно використовують торф'яні лікувальні грязі родовища «Шацьке», розвідані запаси якого становлять 4786,0 тис. м³. Їх застосовують у вигляді місцевих аплікацій та у поєднанні з електричними імпульсами та струмом. Температура розчину аплікації з торф'яної грязі зазвичай не перевищує 40–42 °C, тривалість процедури 15–20 хвилин.



За критеріями оцінки і класифікації мінеральних вод України в межах Шацького Поозер'я розвідане родовище бромно-хлоридно-натрієвих розсолів, що розташоване на південно-східному узбережжі озера Пісочне. Гідрогеологічним управлінням «Укргеокаптажмінвод» було проведено попередню розвідку високо мінералізованих розсолів Шацького родовища на території санаторію «Лісова пісня». В інтервалі глибин 1169–1252 м були виявлені хлоридні натрієво-кальцієві розсоли з мінералізацією 70,4 г/дм³. Температура вод 16–17 °С – це холодні води, за газовим складом вуглевисло-азотні. Запаси сягають 16,7 м³/добу при допустимому зниженні дзеркала їх рівня до 161 м. До складу води входить від 1,3–1,4 до 137 мг/дм³ брому та від 16 до 51 мг/дм³ заліза. Мінеральну воду цього типу можна застосовувати при лікуванні захворювань серцево-судинної системи, системи кровообігу, гіпertonії, периферійної нервової системи та інших хвороб [3].

Курортна інфраструктура проектованого курорту представлена 82 закладами розміщення, у т. ч. туристичними базами, готелями, дитячими таборами, санаторієм та пансіонатом із лікуванням. У межах Шацького національного природного парку виділені зони відпочинку «Грядा», «Гушове», «Пісочне», «Світязь», створені екологопізнавальні стежки «Лісова пісня» та «Світязянка». На вїздах у парк оформлено 2 інформаційні пункти. У санаторії «Лісова пісня» наявне необхідне обладнання для організації грязелікування, а саме: камери для зберігання та регенерації грязей, змішувачі та ємності для доведення грязей до необхідної температури, тощо. У оздоровчих та SPA-центратах, які не мають необхідного устаткування для доведення пелойдів до кондиційного стану існує технологія використання фасованих грязей.

Наявні гідромінеральні ресурси Шацької курортної місцевості за умови правильного використання здатні забезпечити зростаючі потреби населення у відпочинку та оздоровленні, а також стати важливим чинником успішного розвитку регіону.

Список використаних джерел: 1. Ільїн Л. В. Лімнокомплекси Українського Полісся. у 2-х т. Т. 2: Регіональні особливості та оптимізація / Л. В. Ільїн. – Луцьк: РВВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. – 400 с. 2. Ільїн Л. В. Озерні родовища сапропелю Шацького адміністративного району Волинської області / Л. В. Ільїн, М. П. Пасічник // Природа Західного Полісся та прилеглих територій : зб. наук. пр. / за заг. ред. Ф. В. Зузука. Т. 1. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2017. – № 14. – С. 42–45. 3. Холопов А. П. Грязелечение / А. П. Холопов, В. А. Шашель, Ю. М. Перов, В. П. Настаненко. – Краснодар: Периодика Кубани, 2003. – 283 с.



УДК 338.48

Романів А.С., к. геогр. н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

Романів О. Я., канд. геогр. н., доцент

Житомирський державний технологічний університет

ТЕРИТОРІАЛЬНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Представлено аналіз зарубіжних транспортних мереж, які є функціональною основою формування туристичних дестинацій та входять до каталогів туроператорів як об'єкти туристичного попиту. Використані результати власних експедиційних досліджень дестинацій.

Ключові слова: туристична дестинація, транспорт, інфраструктура

This is an analysis of foreign transport networks that are a functional basis for the formation of tourist destinations and are included in the catalogs of tour operators as objects of tourist demand. The authors have already used the results of their own expeditionary research on tourist destinations.

Key words: tourist destination, transport, infrastructure

У багатьох наукових публікаціях наголошується на тісних зв'язках між туризмом і транспортними системами, що ґрунтуються на необхідності формування комплексної інфраструктури, яка б забезпечила умови для вільного пересування туристів та їх доступу до рекреаційних ресурсів і об'єктів. Розвиток транспорту сприяє розширенню географії подорожей і залученню периферійних ділянок рекреаційного простору. Водночас транспортну інфраструктуру можна розглядати і як самостійний суб'єкт туристичної діяльності.

Однак, метою нашого дослідження є погляд на транспортні системи не як на один з елементів інфраструктури чи на суб'єкт туристичної діяльності, а як на об'єкт, що виступає функціональною основою формування туристичної дестинації.

Як відомо, поняття «туристична дестинація» було введено ще у 1979 р. Н. Лейпером — професором Мейсенського університету (Нова Зеландія) [5]. Не вдаючись до детального понятійно-термінологічного аналізу, зауважимо, що туристичну дестинацію потрактовують як: 1) географічний простір (місце, регіон), яке вибирає турист за мету подорожі; 2) центр (територію) з інфраструктурою, засобами обслуговування і послугами для забезпечення потреб туриста; 3) місце



(територію), яке приваблює туриста природно-рекреаційними ресурсами, пам'ятками, історичною та культурною спадщиною.

Окрім геопросторового підходу до сутності поняття «туристична дестинація» мають зміст економічний, маркетинговий, соціальний, управлінський підходи. Тому туристична дестинація виступає водночас як географічний простір, мета подорожі, турпродукт, суб'єкт конкуренції, стратегічний об'єкт підприємництва.

Заслуговує на увагу модель туристичної дестинації з виділенням у ній шести пов'язаних елементів (6A): туристичні ресурси, пам'ятки, розваги (attraction); транспортна та інформаційна доступність (access); інфраструктура надання туристичних послуг (amenities); супутній сервіс (ancillary services); організація діяльності туристів (activities); формування туристичного продукту (available packages) [2].

У світовій практиці не поодинокі випадки, коли транспортні шляхи містять усі 6A-елементи, займають важливе місце в образі ландшафтів та входять до каталогів туроператорів як повноцінні туристичні дестинації. Цей досвід може бути адаптований до умов України.

Наведемо приклади туристичних дестинацій, де саме транспортна магістраль виконує роль функціональної основи. А засоби розміщення та харчування, організацій, що надають послуги екскурсій та гідів-перекладачів, забезпечують інформаційне та анімаційне обслуговування – виконують периферійні функції щодо транспортної осі дестинації, оскільки метою подорожі є відвідання саме транспортного шляху. При підготовці публікації використані результати власних експедиційних досліджень туристичних дестинацій, що розвинулися на базі автомобільних та залізничних транспортних шляхів і цілком відповідають описаній вище моделі 6A.

Одним з найбільш вдалих прикладів використання автомобільної дороги як туристичної дестинації – альпійська високогірна дорога Гросглокнер (нім. Großglockner-Hochalpenstraße) в Австрії (47,8 км). Вона сполучає федеральні землі Зальцбург і Карінтія. Починається дорога у комуні Фуш-ан-дер-Гросглокнерштрассе (нім. Fusch an der Großglocknerstraße) на висоті 805 м.н.р.м., а закінчується на висоті 1301 м.н.р.м. в комуні Хайлігенблут (нім. Heiligenblut). Максимальна висота 2504 м.н.р.м. в межах перевалу Хохтор (нім. Hochtor) [3].

Гросглокнер – це унікальний панорамний туристичний об'єкт в межах Національного парку «Високий Тауерн» (нім. Nationalpark Hohe Tauern), що відкритий з початку травня до кінця жовтня. Дорога утворює 36 гірських серпантинів. Вздовж маршруту влаштовано 4000 оглядових майданчиків, обладнаних інформаційними щитами. До послуг відвідувачів близько 20 готельно-ресторанних комплексів,



музей природи Альп, мистецька виставки «Alpenliebe» та «Золотий орел у Східних Альпах», виставка-присвята будівництву дороги та монументальна споруда жертвам, що загинули під час виконання будівельних робіт, тематичні ботанічні, геологічні та інші маршрути. Кульмінацією маршруту є Центр Кайзера Франца Йосипа (нім. Kaiser-Franz-Josefs-Höhe), з краєвидом на найвищу вершину Австрії г. Гросглокнер (3798 м) та найбільший в Австрії льодовик Пастерце (нім. Pasterze). Тут розташована чотириповерхова споруда візит-центр, де представлені всі унікальні аспекти довколишніх територій, зокрема виставковий центр «Чарівність льоду та льодовиків», спеціалізована виставка «Таємниця води», кінотеатр та інтерактивнапанorama вершини г. Гросглокнер, презентації федеральних земель гірської частини Австрії – Зальцбургу, Карантії, Тіролю та ін. Від центру прокладено низку унікальних туристичних маршрутів (табл. 1):

Таблиця 1

Туристичні маршрути від Центру Кайзера Франца Йосипа (за [3])	
Назва	Опис
Гамсгребенвег (нім. Gamsgrabenweg)	Панорамна стежка над язиком льодовика Пастерце до воронки водоспаду. Частина маршруту проходить гірськими тунелями.
Кайзерштайн (нім. Kaiserstein zur Panoramaweg)	Гірська стежка над багатоповерховим паркінгом до обсерваторії імені Вільгельма Сваровські. За допомогою сучасних оптичних приладів відвідувачі можуть вести спостереження за дикими тваринами в природі (гірськими козлами, мармотами) та за сходженням на вершину альпіністів.
Льодовиковий маршрут та Пастерце (нім. Gletscherweg und Gletscherbahn Pasterze)	Обладнаний альпіністський маршрут до льодовика Пастерце, що продовжується над водосховищем Маргарітце і виходить до Льодовикова залишніцятуристичного притулку Гросглокнер на висоті близько 3400 м. Частина маршруту оснащена залізницею, відвідувачам пропонують подолати шлях в спеціальних туристичних Gletscherbahnen Pasterze) вагончиках.

Гросглокнер – вдалий інвестиційний проект, започаткований австрійським урядом ще в 30-х роках ХХ ст. Затверджено проект та започатковано будівництво дороги було в роки економічного спаду Австрії після I Світової війни, не зважаючи на падіння на світових фондових біржах, які поглибили кризові явища в економіці країни та стали причиною масового безробіття. Альпійська високогірна дорога Гросглокнер була введена в дію в серпні 1935 р. Вже за перший рік функціонування її відвідало близько 375 тис. туристів (на противагу запланованих 120 тис. осіб). Сучасний щорічний потік туристів становить близько 900 тис. осіб. Встановлена плата за проїзд для легкових автомобілів (35 євро за 1 день, або 54 євро за місяць, чи 96



евро за сезон) приносить щорічний дохід понад 10 млн євро [3].

Крім туристичної дороги Гросглокнер в Австрії є ще кілька місцевих альпійських високогірних доріг, що виконують функції осердя туристичних дестинацій: Сільвретта (нім. Silvretta) (22,3 км), Тіммельсьйох (нім. Timmelsjoch) (49 км), Герлос (нім. Gerlos) (12 км). Плата за проїзд ними поповнює бюджет місцевих громад та компаній.

Приклад транспортного шляху, на основі якого створено популярну туристичну дестинацію в Норвегії – траса №55 (або норв. Sognefjellet). Це перша високогірна дорога в країні, що отримала статус Національного туристичного маршруту, а британська газета «Guardian» включила його в топ-10 кращих веломаршрутів світу. Траса протяжністю 108 км між туристичними містечками Лом та Гаупне вражає мальовничістю природних ландшафтів національних парків Ютунхеймен (норв. Jotunheimen), Юстедальсбрен (норв. Jostedalsbreen) та Брехеймен (норв. Breheimen), що прилягають до траси з північного заходу та південного сходу. Потужні кристалічні сланці, гнейси, діорити та інші метаморфізовані породи, що виходять на денну поверхню, сприяють формуванню дуже крутых урвищ схилів та вузьких каньйоноподібних річкових долин. Нижні схили гір вкриті тайговими лісами з переважанням сосни та ялини. Верхні частини – гірськими луками, гірською тундрою, кам'янистими розсипами, що майже позбавлені рослинного покриву. На висотах понад 1500 м розміщені найбільші по площі крижані поля і льодовики материкової частини Європи. Дорога проходить через найвищий в Пн. Європі гірський перевал на висоті 1434 м.н.р.м. Загалом вздовж траси № 55 є 24 вершини, що мають висоту понад 2000 м [4].

Маршрут набув статусу туристичної дестинації завдяки унікальним природним об'єктам та добре обладнаній туристичній інфраструктурі. Містечко Лом, з якого починається траса № 55, має кілька музеїв, серед яких «Краєзнавчий музей», музей народної архітектури під відкритим небом, унікальну дерев'яну церкву, багато малих готелів та добре обладнаних кемпінгів. Тут створені умови для різних видів туризму: велосипедного, пішохідного, рафтингу, рибної ловлі, скелелазіння та альпінізму.

На південний захід від м. Лом з траси №55 відгалужується туристична дорога, що веде до найвищої вершини Скандинавських гір – г. Гальгепігген (норв. Galdhøpiggen) (2469 м). Сходження на вершину найкраще здійснювати від Ювашутти (норв. Juvasshytta) – однієї з найвищих розташованих гірськолижних туристичних баз Норвегії (1841 м.н.р.м). На відміну від більшості гірськолижних центрів, цей працює не в зимовий, а у літній період, дозволяючи норвежцям займатися одним із улюблених занять навіть влітку. Вздовж дороги до вершини



Гальгепітген є достатня кількість кемпінгів, інформаційних вказівників, розважальних мотузкових центрів. Шлях до вершини близько 1 км, проходить він через відносно пологий, вкритий тріщинами льодовик та кам'янисті розсипи. З метою безпеки в умовах негоди на вершині збудований невеличкий туристичний притулок.

Надзвичайно атрактивною є і екскурсія до найбільшого в Європі льодовика Юстедальсбрен (норв. Jostedalsbreen), або Юстедаль, площею 487 км². Біля підніжжя льодовика розташована цікава по формі споруда музею гляціології. Тут пропонують індивідуальні та групові тури різної категорії складності по льодовику та його язиках.

На заході траса № 55 з найвищого перевалу спускається в долину затоки Согне-фіорд (норв. Sognefjord) – «короля фіордів». Його ширина 1,5–6 км, а глибина сягає 1308 м. Ця вироблена льодовиком морська затока простягається на 204 км від узбережжя Норвезького моря вглиб континенту. Фіорд має численні відгалуження, довжина яких коливається від 1,5-2 до 42 км: Ордалс-фіорд, Лердал-фіорд, Лустра-фіорд та ін. Скелясті схили фіорду вкриті здебільшого хвойними лісами, рідше зустрічається береза та осика. Ділянки долини, що не затоплені морем, є настільки вузькі, а уступи схилів настільки круті, що зручного місця для будівництва дуже мало. Вздовж цієї ділянки траси № 55 є величезна кількість річок з порогами та водоспадами. Висота найбільшого з них сягає 229 м. Для любителів екстремальних турів є пропозиції сплавів на каяках бурхливими потоками, що стікають з гірських льодовиків. В долині фіорду розташована пам'ятка ЮНЕСКО – найстаріша в Норвегії дерев'яна церква Урнеська ставкірка (норв. Urnes stavkirke), збудована приблизно в 1140 р. Приваблює туристів і значний вибір малих готелів. Окремі з них мають більш як столітню історію: «Тутагрьо» (норв. Turtagrø) збудований в 1888 році, «Ройсхейм» (норв. Røisheim), більшість з приміщень якого зведені ще в XVIII ст. [4].

Крім траси №55, статус Національних туристичних маршрутів отримали ще 17 автомобільних доріг Норвегії.

Крім автомобільних шляхів, наведемо приклад залізниці, яка відіграла ключову роль у становленні туристичної дестинації.

Мокра Гора – територія, що включає міжгірну улоговину з розташованими навколо неї схилами двох гірських масивів Тара і Златібор в південно-західній частині Сербії біля кордону з Боснією і Герцеговиною на відстані 230 км від Белграда.

Розвиток Мокра Гори як центру туризму Південно-Західної Сербії став можливим завдяки функціонуванню унікального туристичного об'єкта – вузькоколійної (ширина 760 мм) залізниці «Шарганська



осміца», яка є частиною колишньої дороги, що з'єднувала Белград з Сараєво і Дубровником.

Шарганську залізницю почали будувати 1 березня 1921 р., а 25 січня 1925 р. по ній пройшов перший поїзд на паровій тязі. Довго дорога мала важливе значення в залізничній системі Югославії, але в лютому 1974 р. рух по ній через нерентабельність припинили. Сучасна дорога була відтворена як туристична пам'ятка групою ентузіастів, об'єднаних в асоціацію «Шарганська осміца», яка 6 листопада 1999 р. почала її реконструкцію. Із залізничного музею м. Пожега були доставлені вагони і локомотиви, а в 2003 р. було відкрито рух по всьому маршруті. Нині тут два рази на день курсує туристичний поїзд «Носталгіја», що складається з паровоза і 2-3 пасажирських вагонів. Тривалість проїзду за маршрутом Мокра Гора - Шарган Вітасі - Мокра Гора становить 2-2,5 год.. У зимовий сезон дорога працює тільки з 25 грудня по 25 січня від станції Мокра Гора до станції Ятаре (тривалість поїздки 1-1,5 год.). Дорога і супутня інфраструктура, а також туристичні об'єкти на станціях (готелі, ресторани) належать компаніям «Залізниці Сербії» («Железнице Србије») і «Желтурист» [1].

Унікальність дороги полягає в тому, що на невеликій відстані (близько 3,5 км) поїзду потрібно подолати велику різницю в висоті (близько 300 м). Вирішили проблему завдяки створенню гірського залізничного серпантину, який на карті має вигляд цифри «8». Тому дорога і отримала таку назву: «Шарганська» від назви гірського перевалу, а «осміца» по-сербськи «вісімка». Довжина дороги, яка безпосередньо формує «вісімку» — 2,7 км. Дорога проходить через 22 тунелі, з яких найдовший Шарганський (1661 м), і 5 мостів, найдовший (44,3 м) над р. Камешіна. Завдяки інженерно-технічним особливостям «Шарганська осміца» увійшла в 2008 році у число сіми сербських чудес будівництва [1]. Станції залізниці забезпечені туристичною інфраструктурою: готелями, ресторанами, закладами для проведення семінарів та конференцій. Пропонуються послуги не лише для індивідуальних відвідувачів, а і для організованих груп.

Ще цікавою особливістю дороги є станція Ятаре (Јатаре), яка була побудована як прикраса дороги, на ній ніхто і ніколи не купував квитки. На Ятаре поїзд робить зупинку, повертаючись зі станції Шарган, стоять тут тривалий час (близько 30 хв.), щоб пасажири вийшли, сфотографувалися і відвідали одноіменний ресторан.

З дорогою пов'язана містична історія. В с. Кремна жив віщун Мітар Тарабіч, який за 30 років до будівництва дороги передбачив, що через Шарганський перевал пройде «залізний шлях із залізними вогняними машинами», а також подальше її запустіння і оновлення: «Пройде багато років, люди знову згадають залізницю і оновлять цей шлях.



Тільки ним до Вишеграда не будуть подорожувати заради справ і роботи, а для розваги, безтурботного відпочинку і насолоди» [1].

На «Шарганській осміці» відомий сербський кінорежисер Емір Кустуріца для зйомок фільму «Життя як чудо» спорудив станцію Голубичі, яка також використовується як туристична атракція. Пізніше, надихнувшись красою місць, в околицях Мокра Гори він зняв ще фільм «Заповіт» (2007). Близько від станції Мокра-Гора, на горі Мечавнік, розташоване етно-село Дрвенград, побудоване Кустуріцою під час зйомок фільмів, яке нині є його місцем проживання. У Дрвенграді є готель «Мечавнік» («Мећавник») на 150 місць, кінотеатр, художня галерея, бібліотека, ресторан, сувенірний та кулінарний магазини, кафе, басейн, сауна, дерев'яна церква Святого Сави. Незважаючи на таке різноманіття об'єктів туристичної інфраструктури, поселення виглядає як етнічне село, типове для цієї частини Сербії. Щорічно в січні, починаючи з 2008 р., в селі проходить міжнародний кінофестиваль «Кустендорф», гостями якого є відомі діячі світового кіно. За 8 км від Дрвенграду розташований ще один туристичний об'єкт - гірськолижний спортивний центр Івер з готелем «Младост» на 33 місця і Національним екологічним центром на 60 місць.

Таким чином, в Мокра Горі та околицях поєднані об'єкти природи, історії та культури, які можуть розвивати екологічний, історичний, культурний і спортивний туризм. Але першоосновою формування дестинації стала саме транспортна магістраль «Шерганська осміця».

Перспективи створення туристичних дестинацій на базі транспортних шляхів є і в Україні. Унікальними в цьому плані є вузькоколійки, що збереглися в Карпатах і в межах Полісся. Також привабливими можуть бути ділянки міжнародних транспортних коридорів, що проходять територією України. Зауважимо, що формування повноцінних туристичних дестинацій на їхній основі можливе лише з належним розвитком всіх елементів моделі 6А.

Список використаних джерел: 1. Новик А.Н. Мокра-Гора – важливий центр туризма Юго-Западної Сербії // Вісник інституту пед. освіти. Серія: географічна. Вип. 1(2012): Мат. IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Еко- і агротуризм: перспективи розвитку на регіональному та локальному рівнях»; м. Рівне, Україна, 29-30 березня 2012 р. Рівне, 2012. 336 с. 2. Buhalis D. Marketing the competitive destination of the future. // Tourism Management. Volume 21, Issue 1, February 2000, PP. 97-116. – Acess: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000953> 3. Grossglockner – Acess: <http://www.grossglockner.at> 4. Sognefjellet – Acess: <http://www.nasjonaleturistveger.no/en/routes/sognefjellet> 5. Leiper N. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry // Annals of Tourism Research. 1979. Vol. 6(4). P. 390-407.



7. СУЧASNІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РІЗНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ

УДК 911.2: 551.435.74: 338.48

I.I. Залеський, к. геогр. н., доцент,

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

B.O. Мартинюк, к. геогр. н., доцент,

I.B. Зубкович, аспірант

Рівненський державний гуманітарний університет, м. Рівне

ПІЩАНІ ДЮНИ ПОЛІССЯ ЯК ГЕОМОРФОЛОГІЧНІ ОБ'ЄКТИ ТУРИЗМУ

Актуалізуються питання піщаних дюн Українського Полісся як особливих об'єктів географії туризму. Обґрунтовається історія дослідження питання еолового геоморфогенезу Полісся, наведено ключові об'єкти для пізнавально-екскурсійного огляду та їхні особливості. Запропоновано формування бази даних про дюнні утворення для кадастру природно-рекреаційних об'єктів Українського Полісся.

Ключові слова: геоморфологічні об'єкти, дюни, еоловий геоморфогенез, кадастру природно-рекреаційних об'єктів.

The issues of sand dunes of Ukrainian Polissya as special objects of tourism geography are being actualized. The history of research of the eolian geomorphogenesis issue of Polissya is being substantiated, the key objects for cognitive excursion examination and their features have been presented. The formation of a database about dunes formation for the cadaster of natural-recreational objects of Ukrainian Polissya has been suggested.

Key words: geomorphological objects, dunes, eolian geomorphogenesis, cadaster of natural and recreational objects.

Постановка проблеми. Важливе місце у географії туризму посідають геолого-геоморфологічні об'єкти. До таких об'єктів ми відносимо вулкани і гейзери, тектонічні розломи, каньйони, геологічні та геоморфологічні відслонення, опорні розрізи, реліктові скелі, печери, карові утворення, водоспади, антропогенні утворення (шахти, кар'єри, соляні копальні, терикони, тунелі, дамби та ін.), валунні поля, урвища та яри, карстові лійки, дюни та бархани, ози, друмліни, залишки морени тощо. Серед згаданих природних та антропогенних утворень особливе місце у межах Українського Полісся посідають піщані дюни. З еоловими процесами пов'язані, так звані поліські зандррові ландшафти, які сформовані піщаними водно-льодовиковими



відкладами, зокрема у перигляціальних областях. З огляду на зазначене дослідження генезису й розвитку піщаних дюн та еолових процесів із ними пов'язаних має важливе значення не лише для четвертинної геології та геоморфології, але й для рекреаційної географії та туризму.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання еолового геоморфогенезу поліських ландшафтів зацікавило вчених ще з кінця XIX ст. У науковому часописі Праці Санкт-Петербурзького товариства природодослідників у 1885 р. виходить робота Н. Соколова «О дюнах, их образовании, развитии и внутреннем строении» [14]. Фундаментально до проблеми еолових процесів підійшов майбутній академік ВУАН П. Тутковський, який присвятив понад 20 років своїх фізико-географічних досліджень Рівненській області. У 1910 р. вчений, на основі багаторічних польових досліджень Українського Полісся, видає монографію «Ископаемые пустыни северного полушария» [16]. Книга отримала великий резонанс у науковому світі вчених-природничників. Фактично назва цієї монографії й стала темою докторської дисертації П. Тутковського, яку вчений успішно захиствив у 1911 р. в Московському університеті. П. Тутковський піщані гряди та горби відніс до післяльодовикових пустель, які формувалися в кліматичних умовах, що суттєво відрізняються від сучасних. Головний акцент у роботах П. Тутковського щодо проблем формування «післяльодовикових барханів», саме так називав їх вчений, – це, передусім, активна вітрова діяльність, яка й спонукала до перенесення, перевінювання та відкладання піщеного матеріалу й формування дюн різної конфігурації чи дюнних полів тощо.

На думку Б. Личкова, утворення дюн поліського типу ландшафтів пов'язано з алювіальними процесами [9]. Свої підходи до процесів дюноутворення у першій чверті ХХ ст. наводили В. Ласкарєв [8], Д. Соболев [15] та інші вчені.

У післявоєнний період активізувалися дослідження з проблем еолового геоморфогенезу. Так, на думку К. Маркова, найсприятливіші умови для утворення дюн у післяльодовиковий період сформувалися у період 18000-8000 років тому, коли у Європі панував «холодний лісостеп» з деякими рисами посушливості [11]. В. Лукашев утворення еолових природних комплексів пов'язує із частковою переробкою вітром у пізньольодовиковій водно-льодовикових утворень, зокрема берегових валів, озерних терас, зандрових рівнин [10].

Важливим аспектом проблеми дюноутворення є приуроченість піщаних масивів до тих чи інших ділянок земної поверхні. З цього приводу наукові обґрунтування наводять І. Залеський [3], В. Пазинич



[12; 13]. Так, дослідження поліських ландшафтів І. Залеським засвідчують про приуроченість еолових піщаних форм до перезаглиблень дочетвертинного рельєфу, зон тектонічних розломів, а також, можливо, й до ділянок з підвищеною фільтрацією підземних вод тощо. З цими ділянками пов'язані локальні аномалії електростатичного поля, що й визначало у минулому й сьогодні акумуляцію еолового піщаного матеріалу [3].

Серед сучасних фундаментальних здобутків у царині еолового геоморфогенезу Українського Полісся слід відміти докторську дисертацію Л. Дубіс «Еоловий палеоморфогенез правобережної частини Українського Полісся» [2]. Вчена виділяє чотири основні фази утворень дюн Полісся, зокрема: перша фаза охоплює часовий інтервал від 27 до 18 тис. років тому, друга фаза – 17 до 12,8 тис. років тому, третя фаза відповідає часу пізньольодовиков'я (12,8-10,3 тис. років тому), четверта фаза охоплює середній і пізній голоцен від 4,6 тис. років тому й триває досі [1]. Дослідження Л. Дубіс ґрунтуються на літологічних особливостях піщаного матеріалу, у тому числі й гранулометричному складі відкладів на різних генетичних горизонтах, із використанням методів термолюмінісцентного (TL) датування.

Мета статті – розкрити особливості фізико-географічних умов формування та сучасного стану ключових ділянок піщаних дюн, що є потенційними екскурсійно-туристичними об'єктами Полісся.

Результати дослідження ґрунтуються на багаторічних польових геоморфологічних та ландшафтно-географічних пошуках у межах Волинського Полісся й частково Малого Полісся. Виявлені у процесі експедиційних досліджень еолові форми рельєфу й послужили основою для використання їх у якості об'єктів екскурсійно-туристичної діяльності. Розглянемо особливості природних умов східної зони поширення еолових форм Волинського Полісся, зокрема у межах Рівненської області.

Враховуючи геотуристичну спрямованість поданої інформації, запропонована зона досліджень охоплює територію понад 2200 км², що витягнута у субмеридіональному напрямку від Білорусі (район ст. Удрицьк) до широти м. Березне (або ст. Моквин). У згаданому спрямуванні центральною частиною території проходить залізнична магістраль із 12-ма станціями, від яких можна прокладати короткі пішохідні маршрути до багатьох еолових форм.

Практично усі еолові формування тяжіють до правих берегів річок Горині та Случі, де вони сконцентровані в районі населених пунктів Удрицьк, Хілін, Милячі, Жадень, Велюнь, Заслуччя, Залужжя, Дубровиця, Бережки, Любиковичі, Мар'янівка, Белятичі, Карпилівка,



Сарни, Вітковичі, Березне. В околицях цих населених пунктів можна облаштовувати видові точки геоморфологічних об'єктів туризму.

У геолого-структурному відношенні це Західний схил Українського кристалічного щита, що сходинками занурюється в західному напрямі під відклади рифею, що представлена пісковиками поліської серії, які розбиті розломними зонами північно-західного простягання в районі м. Сарни, де ширина тектонічної зони сягає 15 км, і зонами північно-східного простягання в районі м. Дубровиця. Згадані тектонічні зони розбиті розломними порушеннями на окремі блоки.

Наведені структурно-тектонічні особливості відображені в сучасній морфології земної поверхні території дослідження, на якій найпоширенішими морфоскульптурами є дюни параболічної форми та еолові пасмові форми. Вони утворюють дюнні поля, що, головно, витягнуті в субмеридіальному напрямку. В морфології пасмових форм чітко виділяються лукоподібні морфологічні елементи, що, як і параболічні дюни, розвернуті на захід, навпроти віграм, які переважають. Загалом домінують еолові форми заввишки 10-15 м над сучасною поверхнею рівнини і завдовжки від 0,3 до 2,6 км.

Для детальних геоморфологічних досліджень вибрано еолові форми двох типів – пасмоподібна в районі с. Карпилівка та параболічна дюна в околиці с. Пугач.

У гранулометричному складі відкладів дюн переважають помірно відсортовані середньозернисті (Mz) піски від 1,67 до 1,09 Φ (ϕ) – с. Пугач та 1,89-1,91 Φ (с. Карпилівка). На підставі детальних польових досліджень текстури розрізів форм виділено три головні етапи акумуляції реліктових дюн території дослідження. Датування їхніх відкладів TL-методом дало змогу визначити вік форм. Найстаршими є піски нижньої верстви розрізу «Карпилівка» (16,4 тис. років тому), а наймолодшими – еолові відклади верхньої частини розрізу цієї дюни (14,8 тис. років тому) [4].

Отримані дані корелюють з ізотопно-кисневими ярусами стратиграфічної шкали верхнього неоплейстоцену і відповідають дофіновському (18-15 тис. років тому) та причорноморському (15-10,3 тис. років тому) кліматолітам. Дофіновський час в історії розвитку природи Полісся відзначають як останнє потепління у пізньому неоплейстоцені, що було короткотривалим. Саме тоді завершилось формування гідромережі, за гідрологічними параметрами близької до сучасної.



Еолові форми рельєфу характерні й для Малого Полісся. Вони приурочені до терас річкових долин та межиріч, де поширені водно-льодовикові відклади. На прикладі ключової ділянки «*Мале Полісся-с. Полуничне*» розглянемо особливості формування еолових утворень. Територія піщаних горбів та пасом (на південь від с. Полуничне Радивилівського району) є складовою дюнних гряд, що простягаються з переривами від кордону з Бродівським районом Львівської області вздовж басейну р. Ситен(ъ)ка лісовим масивом аж до с. Заміщина (8-12 км). У геоморфологічному плані територія дослідження приурочена до Бродівської (або Кременецько-Дубнівської) рівнини, яка є частиною природної області Мале Полісся. Поверхня рівнини плоска. Переважають еолові та денудаційні форми рельєфу. Значні площи рівнини зайняті болотами, здебільшого осушеними. Ґрунти головним чином дерново-підзолисті й дерново-карбонатні (рендзини). Переважають в основному соснові ліси, з домішками дуба, граба, берези, вільхи, осики тощо [5]. Територія піщаних горбів та дюн поблизу с. Полуничне належить до першої надзаплавної тераси р. Ситенки.

Річка Ситенка є правою притокою р. Слонівки. Довжина річки 26 км, площа басейну 162 км². Долина коритоподібна, завширшки до 2 км, глибина максимальна до 5-6 м. Заплава двостороння (завширшки до 500 м), у середній та нижній течії заболочена. Річище звивисте, завширшки 5-10 м, у верхів'ї часто пересихає, у пониззі на окремих ділянках випрямлене. Похил річки 1,1 м/км. Живлення мішане. Споруджено кілька ставків. В середній частині річка тече лісистою місцевістю й тому антропогенний чинник тут мінімізований [6].

Середні висоти на ключовій ділянці становлять 205,4-213,8 м. У лісовому масиві дюнні горби локалізовані у лісовых кварталах 41, 52, 54. На ділянці автомобільної траси сполученням Полуничне-Радивилів у минулому було розчищено піщану дюну й прокладено дорогу. Особливу увагу привертає піщаний масив значний за площею, що простягається перпендикулярно до р. Ситенки у кв. 57, 58, 45.

Природні умови даної території слід розглядати у контексті формування й розвитку Малополіської денудаційної рівнини та її складової Бродівської рівнини. Відособлення Малого Полісся, на думку Ю. Кошика [7], почалося у середньому пліоцені – часі активних тектонічних рухів (підняття). До кінця раннього антропогену (епохи окського зледеніння – приблизно 535-455 тис. років) рівнина в основних рисах своєї будови сформувалася. У процесі її формування суттєву роль відіграли талі води окського льодовика, край якого



впритул підходив до рівнини з північно-західної сторони. У процесі формування рівнин Малого Полісся були повністю розмиті відклади вихідної міоценової поверхні, малопотужні палеогенові відклади. Денудаційний вріз повсюдно досяг поверхні верхньокрейдових відкладів. На досліджуваній ділянці, денудаційна поверхня перекривається головним чином водно-льодовиковими пісками дніпровського зледеніння потужністю 5-10 м, а місцями й до 15 м. Звичайно, сприятливі умови для формування еолових процесів, у тому числі й дюноутворення, настали децо пізніше у епохи міжльодовиків'я. Очевидно, що такі умови стали сприятливими для досліджуваної території, за Л. Дубіс [1], у хронологічних межах 27-10,3 тис. років.

Висновки. Проведені дослідження дають підстави зазначити, що піщані дюни у лісовому масиві поблизу с. Полуничне є типовими для поліських ландшафтів Малого Полісся, вони за конфігурацією та будовою мають спільні риси із дюнами Волинського Полісся. Утворення піщаного матеріалу пов'язане із геоморфологічною діяльністю талих льодовикових вод, їхнім дегляціацією дніпровського зледеніння. Безпосереднє формування піщаних дюн, грив, валів відбувалося у теплі періоди міжльодовиків'я, на межі неоплейстоцену та голоцену.

Достовірність наших тверджень обґрутована інструментальними дослідженнями із відбором проб піщаного матеріалу на різних генетичних горизонтах та проведення лабораторних аналізів з допомогою методів TL датування на розрізах «Пугач» і «Карпилівка». Це дало підстави визначити абсолютний вік цих піщаних комплексів та віднести до відповідного палеогеографічного етапу. Для повної картини конкретного із піщаних розрізів важливим є дослідження гранулометричного та мінералогічного складу відкладів на відповідних горизонтах.

Дюнне відслонення на піщаному кар'єрі поблизу с. Полуничне може бути видовою точкою екскурсійного маршруту геоморфологічних об'єктів туризму у межах Малого Полісся Рівненщини. До видових точок туристичних об'єктів даного району можна віднести також піщані кар'єри на захід (до 2,0 км) від с. Заміщина (перша надзаплавна тераса р. Ситенка), а також на південь (до 3,0 км) від с. Гоноратка в урочищі Циганівка.

Сьогодні необхідно формувати базу даних дюнних геоморфологічних утворень для кадастру природно-рекреаційних об'єктів Українського Полісся та розробляти туристично-пізнавальні маршрути до таких природних «музеїв під відкритим небом».



Список використаних джерел: 1. Дубіс Л. Ф. Фази інтенсивного розвитку еолових процесів і дюноутворення Правобережної частини Українського Полісся / Л. Ф. Дубіс // Наук. вісник Чернівецького університету. Географія. – 2012. – Вип. 612-613. – С. 40–45. 2. Дубіс Л. Ф. Еоловий палеоморфогенез правобережної частини Українського Полісся: дис. . д-ра геогр. наук : 11.00.04 / Дубіс Лідія Францівна. – К., 2013. – 497 с. 3. Залеський І. І. Механізм еолової акумуляції / І. І. Залеський // Вісник Львів. ун-ту. Серія географічна. – 2004. – Вип. 30. – С. 339–343. 4. Залеський І. І. Геоморфологічні дослідження еолових форм західного схилу Українського щита / І. І. Залеський, Л. Ф. Дубіс // Україна: географія цілей та можливостей. Зб. наук. праць. – К: ФОП «Лисенко М.М.», 2012. – Т.1. – С. 111–113 5. Коротун І. М. Кременецько-Дубнівська, Бродівська рівнина / І. М. Коротун // Географічна енциклопедія України: в 3-х томах / Редколегія: О. М. Маринич (відпов. ред.) та ін. – К.: УРЕ імені М. П. Бажана, 1989. – Т. 2. – С. 220. 6. Коротун І. М. Ситенька / І. М. Коротун // Географічна енциклопедія України: в 3-х томах / Редколегія: О.М. Маринич (відпов. ред.) та ін. – К.: УЕ імені М. П. Бажана, 1993. – Т. 3. – С. 187. 7. Кошик Ю. А. Волыно-Подольская возвышенность / Ю. А. Кошик // Геоморфология Украинской ССР: Учеб. пособие. – К.: Выща шк., 1990. – С. 44–75. 8. Ласкарев В. Д. Геологическое исследование в юго-западной России (17-й лист Общей Геологической карты Европейской России) / В. Д. Ласкарев. – Петроград: Тип. Стасюлевича, 1914. 9. Личков Б. Л. К вопросу о существовании пустынь в четвертичное время в Европе / Б. Л. Личков // Зап. Киев. о-ва естествоиспытателей. – К., 1928. – С. 29–42. 10. Лукашев В. К. Палеогеографические условия дюнообразования в Полесье / В. К. Лукашев // Доклады АН БССР. – 1963. – Т. VII. – № 2. – С. 334–338. 11. Марков К. К. Древние материковые дюны Европы / К. К. Марков // Очерки по географии четвертичного периода. – М.: Изд-во АН СССР, 1955. – С. 1–28. 12. Пазинич В. Г. Некоторые особенности формирования и размещения аккумулятивных эоловых форм рельефа Полесья / В. Г. Пазинич // Физическая география и геоморфология. – 1983. – Вып. 29. – С. 101–106. 13. Пазинич В. Г. Теоретические исследования процесса эоловой аккумуляции, обусловленной взаимодействием ветropесчаного потока с локальными аномалиями электростатического поля Земли / В. Г. Пазинич. – К., 1994. – 107 с. 14. Соколов Н. А. О дюнах, их образовании, развитии и внутреннем строении / Н. А. Соколов // Труды С.-Петербург. о-ва естествоиспытателей. – 1885. – Т. 16. – Вып. 1. – 286 с. 15. Соболев Д. Н. К геологии и геоморфологии Полесья / Д. Н. Соболев // Вісн. УРГРУ. – 1931. – Вип. 16. – С. 49–74. 16. Тутковский П. А. Ископаемые пустыни северного полушария / П. А. Тутковский. – М., 1910. – 374 с.



Конарівська О.Б., к.е.н, доцент
Трескоець В.М., магістр

Національний університет водного господарства
та природокористування, Рівне

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МИСЛИВСЬКОГО ТУРИЗМУ У РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Проведено загальну характеристику мисливського господарства України. Визначено головні проблеми в мисливському господарстві України. Доведено необхідність розвитку мисливського туризму на базі мисливського господарства Рівненської області. Визначено різновиди суспільного порушення правил полювання. Запропоновані заходи щодо розвитку мисливського туризму у Рівненській області.

Ключові слова: мисливський туризм, ринок туристичних послуг, споживачі туристичних послуг, мисливське господарство, мисливська галузь України.

The general description of hunting economy of Ukraine is carried out. The main problems in hunting economy of Ukraine are determined. The necessity of development of hunting tourism on the basis of hunting economy of Rivne region is proved. Variants of social violation of hunting rules are determined. Proposed measures for the development of hunting tourism in the Rivne region.

Key words: hunting tourism, market of tourist services, consumers of tourist services, hunting economy, hunting industry of Ukraine.

Державними органами влади приділяється велика увага і підтримка організації та розвитку мисливства в країні. Діяльність мисливського господарства регулюється законами, підзаконними актами, галузевими рішеннями та організаційними заходами

Мисливське господарство – це галузь безперервного природокористування мисливськими тваринами, як природним ресурсом загальнодержавного значення. Мисливське господарство є сферою суспільного виробництва, основними завданнями якого є: охорона, використання та відтворення популяцій мисливських тварин; надання послуг мисливцям щодо здійснення полювання; розвиток мисливського спорту і мисливського собаківництва.



Державний контроль у галузі мисливського господарства та полювання здійснюється Кабінетом Міністрів України, спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі мисливського господарства, яким є Державний комітет лісового господарства, спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у галузі охорони навколошнього природного середовища, їх територіальними органами, іншими державними органами відповідно до законодавства [1].

На основі показників ведення мисливського господарства в Україні проведено аналіз його рівня. В Україні зареєстровано біля 700 тисяч мисливців або 1,5% до населення країни.Хоча необхідно зазначити, що на сезон полювання у 2017 року контрольні картки отримали 238 тисяч чоловік, тобто така кількість мисливців проводила полювання у минулому мисливському сезоні році.

В мисливському господарстві країни зайнято 6500 працівників, із них 4900 це штатні єгері і 500 мисливствознавці, а також в системі Держлісагентства ще працює 366 державних районних мисливствознавців.

Площа мисливських угідь, яка обслуговується одним єгерем в середньому становить 8 тисяч гектарів, в системі Держлісагентства – 6,9 тисяч гектарів, Українському товариству мисливців і рибалок – 9,6 тисяч гектарів, в інших користувачів 5,9 тисяч гектарів.

Площа наданих в користування мисливських угідь в Україні становить 39,4 млн. гектар, із них надано: організаціям УТМР – 25,2 млн. гектарів або 64% від загальної площи, підприємствам Держлісагентства – 4,2 млн. гектарів або (10,8%) від загальної площи, користувачам іншої форми власності (клуби, громадські організації) – 9,9 млн. гектарів або (25,2%) від загальної площи [2].

Таким чином, можна узагальнити, що Україна є країною з великим потенціалом ведення мисливського господарства, який на сьогодні не використовується на повну потужність. Науковці, експерти і фахівці даної галузі це пов’язують з цілою низкою проблем, зокрема [5]:

- браконьєрство (порушення статей Закону України «Про мисливське господарство та полювання»);
- щільність хижих та шкідливих тварин у декілька разів перевищує норму;
- формальності при проведенні та оформленні обліку мисливських тварин;
- недостатність кваліфікованого персоналу (єгери працюють за сумісництвом, не маючи транспортних засобів, спецзасобів та відповідної заробітної плати).



Також, мають місце причини неефективної організації та ведення мисливського господарства [5, с. 89]:

- екстенсивне використання ресурсів мисливського господарства, яке призводить до зниження чисельності мисливських тварин і деградації біорізноманіття в мисливських угіддях;
- централізоване управління мисливським господарством, яке характеризується концентрацією функцій управління в рамках одного суб'єкта управління;
- невизначеність і дискримінація прав власності на ресурси мисливського господарства, що призводить до посиленої їх експлуатації і виснаження;
- невідповідність виробничо-господарської діяльності мисливських господарств концепції сталого екологічно збалансованого розвитку;
- застаріле і недосконале нормативно-правове забезпечення, що не відповідає вимогам сьогодення і гальмує розвиток мисливського господарства;
- неадекватна оцінка економічною системою ресурсів мисливського господарства. Ціна на ресурси занижена або взагалі відсутня, що призводить до зниження вигід від використання цих ресурсів;
- недосконала система охорони та спостереження за наявністю флори та фауни в мисливських угіддях. Існуюча система не дає змоги уникнути загрози їх знищення в процесі виробничо-господарської діяльності та не сприяє збереженню біорізноманіття. Якісні та кількісні показники ведення мисливського господарства часто занижуються з метою отримання додаткових (тіньових) грошових надходжень.

Вивчивши основні характерні проблеми мисливського господарства та їх особливості, можна стверджувати, що їх потрібно вирішувати як на державному, так і на місцевому рівнях.

Мисливський туризм може стати інструментом, який вирішив би частину вище перелічених проблем.

Мисливський туризм – це різновид туризму, метою якого є пошук, вистежування, переслідування та здобич деяких видів диких тварин [3, с. 243].

Охарактеризуємо його більш детальніше. Таким чином, мисливський туризм, це водночас і промисел і розвага, що складається



з пошуку, переслідування та здобичі (захоплення або вбивства) деяких видів диких тварин (переважно птахів і ссавців).

До мисливських турів не відносять вбивство худоби, домашніх тварин або тварин, що тримаються в неволі, так як і рибальство та використання пасток. У багатьох країнах мисливський туризм викликає протести захисників дикої природи, які вказують на його шкоду для природи, і на те, що рекреаційне полювання розвиває жорстокість, та навіть часто прирівнюють його до вбивства людини.

Виходячи із зазначеного, можна визначити такі особливості полювання в мисливському туризмі, а саме:

- промислове і любительське;
- полювання без засобів пересування і з ними (з верховими тваринами, з возів, автомобілів, поїздів, суден, повітряних суден);
- на рівнинах, в лісах, на болотах, на воді, під водою, в повітрі, в норах;
- полювання поодинці і організованими групами мисливців;
- полювання із засідки, полювання-переслідування, облавне та загороднє полювання;
- зі списом, рогатиною, острогою, луком і стрілами, пращею, вогнепальною зброєю;
- полювання за допомогою спеціально навчених мисливських тварин (ловчих птахів, собак), в тому числі цькування;
- використання приманок, підсадних тварин;
- полювання мережами, пастками, силками, клітками, капканами, самострілами;
- фотополювання, фото- і кінозйомка тварин в їх природному середовищі існування.

Варто відмітити, що у світі вже давно популяризується цей вид туризму. Наприклад, найпопулярніші країни мисливського туризму це – Чехія, Австралія, Румунія, Болгарія, Угорщина, Австрія, Ботсвана, Аргентина, Канада, Киргизстан, Таджикистан, Танзанія [3, с. 251].

Ми вважаємо, що Рівненщина має усі передумови для розвитку мисливського туризму, оскільки володіє відповідною базою – достатнім мисливським господарством.

Так, загальна площа закріплених мисливських угідь Рівненщини становить 1 млн. 425 тис. га. На даний час в області діє 78 користувачів мисливських угідь [4]. Із них:

- 5 державних – Рівненського ОУЛМГ ,площею – 44,5 тис. га або 3% від угідь області;
- 38 громадських організацій – 871,7 тис. га або 61 %;



- 32 приватних організацій – 485,3 тис. га або 34 %;
- 3 інші (угіддя бувших ДП СЛАП) – 23,5 тис. га або 2%.

Також, відмічається, що показники чисельності основних видів мисливських тварин області і ліміту добування цих видів мають тенденцію до збільшення, починаючи з 2003 року в регіоні. Тому станом на 01.01.2016 – 01.01.2017 рр. по ліміту добування диких копитних тварин Рівненщина вийшла на 1-е місце серед інших областей, чого не було за всю історію незалежності України.

Не дивлячись на те, що в Україні мисливське господарство в теперішній час повністю збиткове, більшість користувачів безповоротно інвестують у мисливську галузь значні кошти. Головною мотивацією таких вкладень є фанатизм та захоплення мисливською справою (хобі) окремих людей.

На жаль, відсутність європейської правової бази в Україні, призвела до того, що станом на 01.01.2016 – 01.01.2017 рр. розвиток мисливського господарства став знову гальмувати та виходити з-під державного контролю. В першу чергу цьому сприяла складна політична та економічна ситуація в країні. Браконьєри з денного періоду доби полювання перейшли на нічний. При цьому, теперішні нічні браконьєри споряджені за останніми технологіями: автопозашляховик, карабін з глушником, оптичні прилади нічного та теплового спостереження.

Одночасно, значна частина користувачів зрозуміла, що безкарно можна обійти недосконале існуюче законодавство, зокрема: не утримувати єгерську службу; планувати занижений ліміт полювання (за високої фактичної щільності) при цьому, добувати значну кількість поголів'я диких мисливських тварин без ліцензій.

Сьогодні в Україні існує два різновиди суспільного порушення правил полювання (браконьєрство): офіційне і неофіційне.

Неофіційне браконьєрство – це коли порушники (порушник) никому не підзвітні і є незалежними в своїх діях будь-де і будь-коли.

Інше порушення має ознаки суспільно-офіційного, і тому заслуговує на цю назву. Учасники такого браконьєрства є членами або штатними працівниками мисливських господарств. Такі порушники достатньо організовані, а в своїх діях прикриваються посадовими або членськими правами, виявити і довести їхню провину, з нинішнім законодавством, є неможливим.

Саме тому, деякі користувачі мисливських угідь, пристосувалися до того, що в день полювання, до приїзду рейової групи, стали ховати незаконно добутих тварин, а органам, які проводять перевірку надавати для огляду одну ліцензію та одну добуту на неї тварину.



Якщо взяти для порівняння, наприклад, звичайне мисливське господарство в Польщі, із площею 5 – 6 тис. га, яке щорічно добуває в середньому 50 – 60 голів козулі, 60 – 70 голів дикого кабана, то Рівненщина, з реальним експлуатаційним лісовим фондом 700 тис. га, могла б щорічно офіційно добувати не менше 6 тис. голів козулі та 7,5 тис. голів диких свиней.

Виходячи з вищевикладеного, можна зробити припущення, що ліміт добування на сезон диких мисливських тварин в області може бути більшим в 2 – 3 рази, лише за рахунок повного призупинення офіційного та неофіційного браконьєрства. Але на жаль, держава політика у цій галузі не проводить відповідних реформ, а мисливська громада здійснює системні порушення законодавства.

Таким чином, можна зробити висновок, що дії держави і мисливських громад не є ефективними. Існуюча система організації та ведення мисливського господарства в Україні не відповідає вимогам ринкової економіки і вимагає ефективного реформування.

Список використаних джерел: 1. Закон України «Про мисливське господарство та полювання» № 3053-III (3053-14) від 07.02.2002 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>. – Дата звернення 01.03.2018. – Назва з екрану. 2. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. — К. : Знання, 2013. — 334 с. 3. Видавничий дім Еко-інформ. Мисливським угідям – ефективне господарювання. Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.ekoinform.com.ua/index>. – Дата звернення 03.03.2018. – Назва з екрану. 4. Мисливський туризм на Рівненщині – перспективний напрям розвитку [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://www.rivnelis.gov.ua/material/538> – Дата звернення 01.03.2018. – Назва з екрану. 5. Гуль І.Г. Принципи мисливської політики України / І.Г. Гуль // Регіональна економіка. – 2010. – № 2. – С. 89-94.



М.В. Корбутяк, к.геогр.н., доцент

Л.А. Шинкарук, к.т.н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

УНІКАЛЬНІ НАУКОВІ ЛАБОРАТОРІЇ ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ЕЛІТАРНОГО ТУРИЗМУ

Окреслено сучасні тенденції розвитку туризму у світі. Зроблено висновок щодо необхідності пошуку нових форм і об'єктів з метою інтенсифікації туризму. Запропоновано в якості таких об'єктів унікальні гідротехнічну та гіdraulічну лабораторії НУВГП: розкрито аспекти їх туристичної та пізнавальної привабливості.

Ключові слова: туризм, гідротехніка, лабораторія, моделювання.

The modern tendencies of tourism development in the world are outlined. The need to find new forms and objects in order to intensify tourism are considered. The unique NUWEE's hydrotechnical and hydraulic laboratories may be regarded as such objects. Aspects of their tourist and cognitive attractiveness are revealed.

Key words: tourism, hydrotechnics, laboratory, modeling

За останні роки туризм став звичним явищем суспільного життя. Основним продуктом діяльності будь-якого туристичного підприємства є тур, що здійснюється за певною програмою, яка відповідає меті подорожі та наявності відповідних атрактивних ресурсів.

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму передбачає використання активної маркетингової стратегії, спрямованої на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу [1].

В туристичній діяльності розрізняють наявні ресурси, що вже використовуються, та потенційні. Останні надають можливості для нарощування пропозицій, створення нового тур продукту, є основою як інтенсивного, так і екстенсивного розвитку туризму шляхом залучення до туристичної діяльності нових територій задля інтенсифікації внутрішнього та іноземного туризму.

За дослідженнями Всесвітньої туристичної організації UNWTO сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в цілому мають позитивний характер і характеризуються [2]: потягом до незайманої



природи і у зв'язку з цим – розвитком екологічного туризму; поширенням індивідуальних туристичних маршрутів та подорожей; розвитком елітарного туризму (наукового, мисливського, конгресового).

Важливу роль в розвитку елітарного туризму можуть відігравати унікальні наукові лабораторії Національного університету водного господарства та природокористування (НУВГП). Однією з таких лабораторій є **гідротехнічна лабораторія** (надалі Лабораторія) кафедри гідротехнічного будівництва та гіdraulіки (ГТБГ).

Кафедра ГТБГ НУВГП, яка входить до складу Навчально-наукового інституту водного господарства та природооблаштування у 2016 році відзначила своє 85-річчя. Вона має найпотужнішу в Україні Лабораторію загальною площею 915м² та окрему гіdraulічну лабораторію площею 280м², набутий безцінний досвід для виконання фізичного й математичного моделювання гіdraulічних процесів і гідротехнічних споруд, інноваційні наукові розробки, можливість вести перспективні роботи щодо комплексного регулювання русел річок, сучасний комп’ютерний центр. Кафедра ГТБГ має висококваліфікованих спеціалістів, яким під силу вирішувати проблемні задачі у водогосподарській галузі.

Гідротехнічна лабораторія кафедри ГТБГ є унікальною в своєму роді не тільки в Україні але і за її межами. Площі експериментальних площадок і установок та наявний інструментарій дозволяє виконувати моделювання гіdraulічних процесів і гідротехнічних споруд з метою перевірки їх майбутньої роботи за замовленнями як національних та зарубіжних проектних установ, фірм, водогосподарських будівельних організацій, атомних і теплових електростанцій тощо.

На сьогодні Лабораторія знаходиться в належному робочому стані, і являється цінністю державного рівня.

Сучасні гіdraulічні дослідження, що виконують в Лабораторії, присвячені вивченню роботи акумулюючих протипаводкових ємкостей та польдерів, призначених для затримання паводкового стоку на їх територіях, що забезпечує зниження розрахункових рівнів у річці та зменшення розмивної здатності водного потоку під час проходження паводків і повеней; розробці альтернативних варіантів конструкцій водозабірних і водоскидних споруд для протипаводкових комплексів; дослідженю фільтраційних властивостей ґрунтів земляних гідротехнічних споруд: гребель, дамб; забезпеченю стабілізації русел і їх пропускної спроможності на обвалованих територіях; виконанню фізичного і математичного моделювання місцевих розмивів за водоскидними спорудами, біля регуляційних споруд і мостових опор тощо.



Крім основного призначення – забезпечення навчальної і науково-дослідної функцій в університеті, Лабораторія уже багато років виступає унікальним об'єктом туристичного призначення. Під час відвідування університету національними чи зарубіжними науковцями, студентами або звичайними туристами великий інтерес викликає екскурсійний маршрут, який прокладено до чинної гідротехнічної Лабораторії, оскільки за їх відгуками, екскурсія є дуже привабливою, цікавою і повчальною.

Надамо загальну характеристику та опис модельних установок Лабораторії, які можуть побачити туристи під час екскурсії [3].

До складу Лабораторії входять: велика гідротехнічна лабораторія; руслова гіdraulічна лабораторія; насосна станція.

Велика гідротехнічна лабораторія, загальна площа 530м². В ній розташовано великий дзеркальний лоток (рис. 1). За розмірами і можливостями застосування лоток не має подібних аналогів в Україні; **два руслових майданчики** (рис.2;3); **сім лабораторних установок** (рис.4–10).



Рис. 1. Великий дзеркальний лоток (довжина 38,8 м, ширина 1,0 м, Q=500л/с)



Рис. 2. Русловий майданчик №1 (довжина 15 м, ширина 4,5 м, Q=150л/с)



Рис. 3. Русловий майданчик №2 (довжина 20 м, ширина 2,25 м, Q=100л/с)



Рис. 4. Модель безгребельного водозабору (довжина 3.0м, ширина 1,0м, Q=20л/с)



Рис. 5. Швидкотік
(довжина 4,0м, ширина 0,2м, $Q=50\text{ л/с}$)



Рис. 6. Багатосхідчастий перепад
(довжина 3,9 м,ширина 0,3м, $Q=50 \text{ л/с}$)



Дюча модель гідроузла з судноплавним
однокамерним шлюзом

Рис.7. Судноплавний шлюз



Установка для дослідження фільтрації
через земляну греблю

Рис.8.Фільтраційний лоток
«Земляна гребля»



Рис. 9. Радіальна фільтраційна установка



Рис.10. Фільтраційний лоток
«Шлюз-регулятор»



Руслова гідралічна лабораторія, загальна площа 370 м². В ній розташовано дзеркальний лоток; два руслових майданчики для дослідження планових моделей гіdroузлів і гідростору (рис. 11-14).



Рис. 11. Русловий майданчик №1(3,5x15)м



Рис. 12. Русловий майданчик №1 (3,5x15)м
(дослідження стабілізації русла р. Дністер)



Рис. 13. Русловий майданчик №2 (6,5x15)м
(дослідження польдера на р. Тиса)



Рис. 14. Русловий майданчик №2 (6,5x15)м
(дослідження водосхиду ГЕС «СЕНДЖЕ»)

Насосна станція площею 97,5 м² включає сім насосних агрегатів загальною продуктивністю до 1000л/с.

Запрошуємо бажаючих до подорожі за надзвичайним маршрутом.

Список використаних джерел: 1. Любіцьва О.О., Панкова Є.В., Страфійчук В.І. Туристичні ресурси України: навч. посіб. – К.: «Альтерпрес», 2006. – 378с. 2. Петринка Л.В. Географія туризму. Частина 1: Вид. група «Основа», 2011. – 95с. 3. 100 років Національному університету водного господарства та природокористування / за заг. ред. В.С. Мошинського, О.А. Лагоднюка. – Рівне, редакційно-видавничий відділ НУВГП, 2015. – 260 с.



Кузьменко В. І., магістр

Ярьоменко С. Г., к. геогр. наук, доцент

Одеська національна академія харчових технологій

СІМЕЙНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВИД РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті розглянуті теоретичні поняття сімейного туризму - місце у класифікації рекреаційної діяльності, а також визначення типів сімей, інфраструктуру для організації дозвілля. Приділено увагу щодо рекомендації з формування турів для сімейного туризму.

Ключові слова: сімейний туризм, сімейне дозвілля, сім'я, життєвий цикл людини, розважальна програма.

The article was considered the theoretical concepts of family tourism and its place in tourism activity classification, as well as the definition of family types and the infrastructure needed for leisure. It was given recommendations for tours in family tourism.

Keywords: family tourism, family leisure, family, human life cycle, entertainment program.

Організація дозвілля - одна із важливих функцій сім'ї, головною метою якої є відновлення та підтримання здоров'я, задоволення різних духовних потреб сім'ї.

У Законі України «Про туризм» (1995) сімейний туризм є одним із видів туризму та складовою рекреаційної діяльності, що одночасно має ряд відмінних характеристик [1]. Т. Г. Сокол визначає сімейний туризм як вид, що потребує відповідної інфраструктури для розміщення сім'ї [5].

О. І. Беляков визначає сімейний туризм як тимчасову подорож сім'ї (з дітьми або без), або групи, що складається із кількох сімей до місцевості, що відрізняється від місця їх постійного проживання [2].

М. М. Поколодна визначає сімейний туризм як вид рекреаційної діяльності, що класифікується за кількістю учасників (три-п'ять осіб), та притаманний оздоровчий, пізнавальний та розважальний характер рекреаційної діяльності [4].

А. П. Дурович виділяє 8 етапів життя людини, до якого входить формування сім'ї з різною кількістю учасників – від новостворених молодих сімей без дітей до сімей «пусте гніздо», що подорожують без



дорослих дітей. Таким чином, необхідно звернути увагу на тому, що з даним поняттям необхідно пов'язати також визначення «дитячого туризму», що має відповідну вікову періодизацію (табл. 1).

Таблиця 1

Етапи життєвого циклу людини [3]

Етапи	Характеристика
Холостяцький, незаміжня	Молоді, що окрім живуть
Нещодавно створені сім'ї	Молоді без дітей
Повна сім'я, стадія 1	Молоді пари з дітьми до 6 років
Повна сім'я, стадія 2	Молоді пари з дітьми до 6 років та більше
Повна сім'я, стадія 3	Подружжя, що живе з неповнолітніми дітьми
«Пусте гніздо», 1 стадія	Літнє подружжя, з якими не живуть діти, працують
«Пусте гніздо», 2 стадія	Літнє подружжя, з якими не живуть діти, на пенсії
Однаки похилого віку	Вдівці, з якими не живуть діти

Форми сімейного дозвілля, як і самі сім'ї, розрізняються за кількістю дітей, складом, структурою, типом лідерства в сім'ї, сімейним укладом, однорідністю соціального складу, сімейним стажем, якістю відносин та атмосфери в сім'ї, особливими умовами сімейного життя.

Свої інтереси і потреби сім'я може задовольнити у дома або в закладах культурно-дозвіллевого типу. За даним критерієм сімейне дозвілля можна поділити на домашнє дозвілля та дозвілля з сім'єю поза домом.

Таким чином, сімейне дозвілля – це:

- аматорські заняття (квітникарство, колекціонування, догляд за домашніми тваринами, спільні заняття творчістю, художнім або технічним: малювання, поезія, музику, спів, вишивання, любительська відеозйомка, фотографування тощо);
- спільне звернення до аудіовізуальної інформації (перегляд телевізора, звернення до Інтернету та інших засобах ЗМІ);
- домашні спектаклі (організація театралізацій та театральної діяльності як фрагментарною (переодягання, нанесення гриму, розіграші), так і повномасштабної (організація домашнього театру -



живого або лялькового - постановка композицій, ігрових програм, малоформатних вистав тощо);

- сімейне читання;
- ігри (з дітьми, настільні тощо);
- свята (організація домашніх дитячих свят з включенням ігрових програм і конкурсів; сімейних і кланових свят з зачлененням широкого кола родичів і своїки) [2].

Сімейне дозвілля поза домом:

- рекреативний сімейний відпочинок поза домом (дача, сімейний туризм);
- оздоровчий та спортивний сімейний відпочинок (естафети, масові забіги, пляжні турніри, відвідування лазні, фітнес-клуби тощо).
- спільне відвідування театрів, музеїв, кінотеатрів, концертів та інших культурно-видовищних заходів;
- відвідування гостей;
- організація аматорських сімейних спільнот та сімейних колективів художньої самодіяльності;
- участь у масових святах та видовищних заходах;
- організація сімейних свят і ритуально-обрядових дійств із зачлененням підприємств сфери розваг та відпочинку [2].

Сімейні туристи — виключно сім'ї з дітьми, які надають перевагу відпочинку у колі родини, родичів, друзів. Вони відпочивають у зручній і спокійній обстановці, купують послуги за вигідними цінами, часто самі обслуговують себе, не люблять, щоб ім заважали;

Кожна сім'я, природно, віddaє перевагу спільним дозвіллем занять з дітьми. Але необхідно зазначити, що головною є орієнтація безпосередньо на дитячі, а не на загальносімейні форми та види дозвілля. При цьому більшою мірою в такому дозвіллі беруть участь матері, а загальносімейне дозвілля розвинене слабко.

Також, для організації сімейного дозвілля варто приділити увагу у виборі готелів, харчування і транспорту, в першу чергу, потрібно брати до уваги особливості дитячого організму і при цьому враховувати інтереси дорослих (батьків). Для розміщення під час відпочинку з сім'єю потрібно вибирати здорові і екологічно чисті райони, тихі місця з великою кількістю зелені. Крім того, готелі, де проживатимуть туристи, повинні відповідати особливим функціональним вимогам для відпочинку з сім'єю: 2-3-місні номери, система об'єднання номерів, дитячі майданчики і т. д. У програмі таких турів обов'язково повинні бути включені заходи для дітей, дорослих, а також загальні заходи.



Питання харчування під час відпочинку з сім'єю також має свої особливості. Найкраще, коли в наявності є два різних меню (доросле і дитяче) з урахуванням їх смаків, а також особливостей організму.

При виборі розважальних програм необхідно враховувати інтереси дітей і дорослих: влаштовувати спеціальні дитячі свята (свято ляльок, карнавал), святкувати дні народження гостюють в даний момент дітей і т. п. Для подібних цілей в готелях зазвичай існує спеціально підготовлений персонал, який відповідає за організацію дитячих та спільніх програм (аніматори дитячого та сімейного відпочинку). При цьому потрібно подумати і про дорослих розвагах: влаштувати вечори знайомств, творчі програми, похід у вечірні бари, де можна відпочити, коли діти ляжуть спати. Інтерес представляють також об'єднані програми: організація художньої самодіяльності, танці для дітей і дорослих і пр.

Спортивні програми для відпочинку з сім'єю доступні у вигляді додаткових послуг (тренажерні і спортивні зали, басейни, тенісні корти). Часто влаштовуються змагання з активних ігор (футбол, волейбол, «Веселі стартси») між дорослими, дитячими та змішаними командами. Організація спортивних ігор між сімейними командами з врученням приємних призів підігриває додатковий інтерес до спортивних програм на подібних турах. Курортні програми для відпочинку з сім'єю доступні в залежності від умов, але також користуються популярністю.

Важливе значення мають розважальні комплекси для організації сімейних турів. Найбільш цікавими об'єктами дозвілля та розваг в Одеській області для сімейного відпочинку є: аквапарк «Одеса», Одеський зоопарк, біопарк, Одеський дельфінарій «Немо» (м. Одеса), жаб'яча ферма, полуничне село Ліски, Центр етнографічного, сільського зеленого і сімейного дозвілля «Фрумушка Нова», Музей морського флоту України, Музей Одеського морського порту, Музей цікавої науки, Одеський військово-історичний музей, Одеський музей кіно, Одеський музей нумізматики; цирки: Одеський державний цирк (м. Одеса).

Список використаних джерел: 1. Про туризм: Закон України / Відомості Верховної Ради України, 1995, № 31, ст. 241. 2. Беляков О. И., Мещерякова И. В. Семейный туризм как форма досуговой деятельности // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. 2012. №28. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/semeupnyy-turizm-kak-forma-dosugovoy-deyatelnosti> 3. Дурович А. П. Маркетинг в туризме: учеб. пособие / А. П. Дурович. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Новое знание, 2001. – 496 с. 4. Поколодна М. М. Рекреаційна географія: навч. посібник / М. М. Поколодна; ХНАМГ. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 275 с. 5. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / За заг. ред. В. Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 264 с.



Е.Г. Макаревич, студент,

А.Д. Панько, канд. истор. наук, доцент
Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина, Беларусь

СПОРТИВНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ОРГАНИЗАЦИИ ДОСУГА (НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ)

В статье рассмотрены некоторые аспекты организации досуга населения, в частности, на примере различных спортивных туристических мероприятий, проводимых на территории Брестской области.

Ключевые слова: поход, спортивное ориентирование, турслет, Брестская область

The article deals with some aspects of the organization of leisure activities of the Belarusians. Especially using the example of different sports tourist events which are annually held in Brest region.

Key words: hiking, sport orienteering, tourist meeting, leisure activities

Урбанизация, техногенная и психологическая нагрузка требуют от современного человека поиска новых мест и форм деятельности, способных дать разрядку, отдых организму, способствовать оздоровлению и восстановлению человека. Одной из таких форм деятельности являются занятия активными видами спортивного туризма.

В наше время развитию туризма в Беларуси уделяется немало внимания, и, так называемый «пассивный туризм» постепенно уступает место туризму «активному». Теперь все чаще на сайтах различных туристических фирм можно встретить предложения о проведении коммерческих походов, туристских слётов, тренингов и тому подобных видов отдыха. Организованные выезды на природу становятся все популярнее.

К различным формам организации досуга в туристской форме можно отнести: походы выходного дня, степенные походы и спортивные походы I-II категории сложности; рекреационно-оздоровительные походы; водные сплавы и регаты; участие в комплексных туристских слётах; участие в соревнованиях по туристско-прикладному многоборью (в технике пешеходного, горного, водного, велосипедного туризма) в I-II группе соревнований (спортивно-массовые мероприятия); участие в массовых соревнованиях по спортивному ориентированию; занятия



скалолазанием и участие в фестивалях по скалолазанию; участие в иных спортивных и рекреационных туристских мероприятиях.

Рассмотрим подробнее развитие каждого направления в Брестской области.

Спортивно-туристские и рекреационно-оздоровительные походы. Вопреки сложившемуся мнению, спортивный туризм является не только участием в спортивных походах высокой категории сложности, требующих специальной и серьезной физической подготовки. Туристический поход может подарить массу положительных эмоций и отличный заряд бодрости, возможность отдохнуть и укрепить здоровье, способствовать расширению кругозора, знакомству с неизведанными местами и интересными людьми. Неудивительно, что количество его поклонников неуклонно увеличивается, даже, несмотря на тенденцию к уменьшению общего количества походов в последние 10-15 лет.

Пеший туризм по своей сути является одним из самых массовых видов туризма. Требования к физической форме и уровню здоровья ниже, чем во многих других видах спортивного туризма, что привлекает многих людей, которые не могли позволить себе другой вид активного отдыха. Турист-пешеход имеет возможность не ограничивать себя основными природными и антропогенными препятствиями. Можно составить свой маршрут, вписывающийся в рамки физической подготовки любого члена туристской группы. Более того, в случае, если у туриста имеется все необходимое снаряжение и продукты питания, он ощущает чувство полной самостоятельности и независимости, которое делает пешеходный туризм еще более интересным.

Туристские походы, согласно своей цели, подразделяются на походы рекреационно-оздоровительные и спортивные. Целью первых является полноценный отдых и оздоровление человека средствами туризма. Активные формы рекреационного туризма, позволяют устраниТЬ или ослабить воздействие на человека неблагоприятных факторов повседневной действительности.

Доминирующей целью спортивных походов является совершенствование возможностей участников в преодолении классифицированных маршрутов и повышение их спортивного мастерства, квалификации. Спортивные походы проводятся обязательно по классифицированным маршрутам, параметры которых устанавливаются принятыми в Республике Беларусь «Правилами проведения спортивных туристских походов». Спортивные туристские походы, проводятся по четырем видам туризма, включенным в



спортивную классификацию Республики Беларусь: пешеходному (горно-пешеходному), лыжному, водному и велосипедному [1].

Наиболее привлекательными для пеших туристов Брестчины являются маршруты, где сочетаются лесные, озерные и водно-болотные экосистемы, холмистые формы рельефа, наличие историко-культурного наследия. К таковым можно отнести маршруты по южной части Брестского района (Страдечи – Медно – Леплевка – Приборово – Селяхи – Томашовка); Береза-Картузская – Селец – Гута-Михалинский лес – Альба – ур. Меречевщина; Житлин – Корочин – ур.Хованщина – Пески; ст. Лесная – вдхр. Гать и др.

Велотуристами активно используются маршруты: по югу Брестского района (несколько маркированных маршрутов по резервату «Прибужское Полесье»); Брест – Беловежская пуща; вдоль поймы Ясельды; «Замковое кольцо» (ст. Оранчицы – Пружаны – Ружаны – Коссово – Береза), «Следами прибужских тайн» (Домачево – Медно – Брест – Ставы – Волчин – Высокое – Рожковка – Каменец).

Водные сплавы и регаты. Водный туризм подразумевает под собой преодоление какого-либо определенного маршрута по водной поверхности. Одно из основных преимуществ водного похода или сплава – возможность пассивного сплава вниз по течению в случае физической усталости у участников группы. Водные походы без ущерба для природы позволяют проникать в самое сердце экосистем, зачастую недоступных для пешего туриста или велосипедиста. Сплавы по рекам области сочетают отдых, развлечение и экологическое образование для туристов. Такие путешествия позволяют изучать растительные сообщества в пределах природного комплекса, наблюдать за животным миром, например, птицами, земноводными или рыбами и др. Сплавы дают возможность изучения географических объектов и явлений в их естественной обстановке, поэтому являются одной из важных и эффективных форм познания родного края.

Наиболее популярными маршрутами по Брестской области являются сплавы по рекам Лесная, Рыта, Ясельда, Щара, Цна, Случь и Ствига. По Припяти возможен сплав на плотах.

Туристские слёты. Туристский слёт – это комплексное физкультурно-оздоровительное мероприятие, проводимое на природе. Первыми и главными целями туристских слётов являются, в отличие от официальных спортивных мероприятий, укрепление дружеских связей между туристами. А уже потом это и популяризация спортивного туризма и здорового образа жизни, и соревнования с целью выявления сильнейших туристов и спортсменов, и отработка коллективных действий групп в аварийной ситуации и т.д. [2].



В рамках туристского слёта проводятся не только спортивные дисциплины (дистанции), в программе находится много творческих и даже юмористических конкурсов. На туристском слёте соревновательная часть значительно проще, чем на чемпионатах и кубках по спортивному туризму. Соответственно, такие мероприятия отлично подходят для организации досуга людей.

Туристские слеты проводятся всеми крупными и средними предприятиями и организациями области. Организаторами слетов часто выступают различные общественные объединения. В каждом районе области выделены места для проведения турслетов. Самыми популярными являются районы озер Белое и Селяхи (Брестский район), Прусковский лес и Млынки (Каменецкий район), озеро Бамовское (Кобринский район) и др.

Соревнования по туристско-прикладному многоборью. Еще одним видом спортивных туристических мероприятий являются соревнования по туристско-прикладному многоборью (ТПМ) в технике пешеходного, лыжного, водного, велосипедного туризма. Данные соревнования заключаются в преодолении дистанций за определенный период времени, требующих владения всеми компонентами соответствующей туристской техники (передвижения, страховки, ориентирования на местности, бивачных и поисково-спасательных работ и многое другое), а также решения комплекса тактических задач в этих компонентах. Для преодоления дистанций спортсмены используют разрешенное Правилами и соответствующее требованиям безопасности снаряжение и экипировку [3].

Программа соревнований может включать преодоление участниками различных личных и командных дистанций, разделяемых по сложности в зависимости от ранга соревнований и спортивной подготовке участников [2]. Такие соревнования требуют определенной физической и технико-тактической подготовки от участников. Участие в такого рода соревнованиях при помощи грамотного тренера-инструктора могут стать отличным оздоровительно-рекреационным досугом.

Соревнования по ТПМ имеют многоуровневую структуру: от школьных или университетских и до чемпионатов республики. На территории Брестской области имеется ряд полигонов, на которых были организованы соревнования республиканского и международного уровня.

Спортивное ориентирование. На сегодняшний день стало достаточно популярным видом активного досуга. Спортивное ориентирование способствует получению положительных эмоций за



счт постоянно меняющихся внешних условий во время соревнований и тренировок. Увлечение без проблем дается и новичкам, и маленьким детям, и пожилым людям, из снаряжения необходимы лишь спортивная одежда, карта и компас. Все это делает возможными занятия спортивным ориентированием для большой категории людей.

Традиционными в регионе являются соревнования по ориентированию (со статусом чемпионата республики) «Брестский подснежник», ночной полумарафон памяти М. Карпеша и др. Круглогодично проводятся соревнования «Ориент-лиги».

Скалолазание. Скалолазание – это вид спорта и вид активного отдыха, который заключается в лазании по естественному (скалы) или искусственноому (скалодром) рельефу. Однако, не во всех странах есть возможность заниматься альпинизмом, преодолевая большие высоты, для которых характерны различные виды горного рельефа: лёд, снег, скалы. Поэтому скалолазание получило широкую популярность в разных странах мира, в том числе и в Беларуси. Сложилось направление спортивного скалолазания, соревнования по которому проводятся на искусственных скалодромах. Лучший скалодром Брестской области расположен в Пинске. Возникают новые скалодромы (в том числе один из самых больших крытых скалодромов в Беларуси открылся в 2017 г. в Бресте), все больше людей приобщаются к данному виду деятельности.

Таким образом, на территории Брестской области получили развитие различные виды активного отдыха, представленные спортивными туристическими мероприятиями. Активность тех или иных видов или мероприятий зависит от сезона, спроса со стороны целевой группы и поддержки со стороны туристической отрасли.

Список использованных источников: 1. Василевский, В.М. Подготовка и проведение спортивных мероприятий / В.М. Василевский, В.В. Борисов. – Минск: БГУФК, 2008. – 59 с. 2. Об утверждении Положения о порядке проведения спортивных мероприятий и материального обеспечения их участников и судей в пределах республики Беларусь: Приказ МСиТ. – Зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 17 марта 2000 г. – N 8/3102. 3. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 29.12.2004 №12 «Об утверждении Примерного положения о проведении спортивного соревнования». – Зарегистрировано в Национальном реестре правовых актов Республики Беларусь 29 августа 2014 г. N 8/29060.



**M. П. Мальська, докт. екон. наук, професор,
О. М. Гаталяк, асистент,
Н. М. Ганич, асистент**

Львівський національний університет імені Івана Франка

ЗАГАЛЬНІ РИСИ МІСЬКОГО ТУРИЗМУ

Наголошено на проблематиці обґрунтування визначення туризму в містах. Визначено зміст поняття «міський туризм». Проаналізовано вплив різноманітних чинників на розвиток міського туризму. З'ясовано загальні риси туризму в містах.

Ключові слова: міський туризм, чинники, урбосередовище.

Emphasised complexities of the definition city tourism. Defined meaning of "city tourism" term. Analyzed influence of varied factors on city tourism development. Clarified common features of city tourism.

Key words: city tourism, factors, city environment.

Незважаючи на тривале становлення та функціонування туризму в містах, однозначного тлумачення сутності та змісту цього поняття не існує. В проблематиці щодо чіткого визначення різних видів туризму нагальним є питання обґрунтованості виокремлення туризму в містах та вирішення питання, чи є ознаки, які дають змогу відрізняти туризм урбосередовища від інших видів туризму.

Термінологія для позначення міського туризму з'явилась у наукових джерелах, виданих лише упродовж 90-х років двадцятого століття та першого десятиліття третього тисячоліття. Так, у британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка (1993) зазначено таке: «Міський туризм – подорожі та візити з фокусом на міські напрямки. Швидко зростаюча форма туризму, метою якої є відвідування історичних та культурних пам'яток, а також шопінг та ділові поїздки» [3, с.176]. Всесвітня туристична організація рекомендує таку дефініцію: «міський туризм – подорожі, які провадять подорожувальники в міста чи в місця з високою густотою населення».

В Законі України «Про туризм» є такий вид туризму як міський, жаль, не розглядається.

На нашу думку туризм у містах (міський туризм, урботуризм) – вид спеціалізованого туризму з культурно-познавальною, розважальною, діловою, лікувально-оздоровчою метою, що ґрунтуються на комплексному використанні ресурсів міста. Урботуризм – це



переважно індивідуальні (іноді групові в межах екскурсійного туру) подорожі містом, форма яких залежить від мети відвідування.

Процес розвитку туризму в містах знаходиться під дією ряду чинників, вплив яких різнонаправлений і багатоаспектний. У привабливому з туристичної точки зору місті важливими для туристичного попиту вважають такі фактори: культура, традиції, історія; визначні місця, мистецтво, архітектурні ансамблі; урбаністичні ландшафти; зручне транспортне сполучення; концентрація високих технологій; великий вибір закладів розміщення та харчування; доступність до різноманітних видів послуг; можливість робити покупки; мода, особливий стиль життя; нічне життя, молодіжні рухи; цивілізованість; своєрідна романтика; відносна безпека. Ці чинники підсилюються туристичним іміджем міста. Він може бути як стимулюючим, якщо має позитивний характер, або лімітуючим – якщо негативний (наприклад, високі ціни чи злочинність) [2].

Більшість різних видів туризму можуть розвиватися як у міській, так і у сільській місцевості (пляжний туризм, гастрономічний туризм тощо). До видів суто міського туризму належать: вивчення міста, огляд урбаністичних ландшафтів, шопінг, відвідування спортивних змагань чи розважальних шоу, участь в азартних іграх, фестивальних програмах, відвідування музеїв, театрів, виставок, ресторанів тощо.

З поміж усіх видів туризму найпопулярнішими в містах є::

- історико-культурний туризм, що ґрунтується на екскурсійному інтересі до пам'яток історії та культури на території міста;

- діловий туризм, який пов'язаний з функціонуванням на території міста центрів адміністративного та бізнес-управління, розвиненою мережею автодоріг та залізничних шляхів, наявністю міжнародного аеропорту;

- розважальний туризм: шопінг, дозвілля й розваги.

Важливою особливістю міського туризму є можливість задоволення потреб людини у вивченні міської ідентичності, ознайомленні з історико-культурними пам'ятками, здобутками історії і культури минулого та сучасними архітектурними та техногенними шедеврами.

Іншою характерною ознакою туризму урбосередовища є можливість здійснення пізнавальної потреби людини у сфері міського фольклору. Туризм в містах створює умови для пізнання всіх сторін життя міста: природи, архітектури, духовної сфери, психології, поведінки, творчої діяльності мешканців, побуту [1, с. 323].

«Міські» види відпочинку можна охарактеризувати як активні, престижні, високотехнологічні, сучасні, індивідуальні, швидкісні.



Хоча міський туризм не можна вважати абсолютно новим явищем на туристичному ринку, його структура і особливості організації за останній час зазнали серйозних змін. Сучасний міський туризм по суті акумулює в собі елементи інших видів туризму, таких як культурно-пізнавальний, релігійний, подієвий, діловий тощо. Саме ця обставина робить міський туризм надзвичайно привабливим для туристів.

Міський туризм тяжіє до форм активного відпочинку, за ступенем своєї організованості він може бути як плановим, так і самодіяльним.

Можна виділити такі види міського туризму за часом перебування у подорожі: короткотерміновий, у період вихідних днів, середньостоковий та довгостоковий.

Сезонність не завжди вирішальна для відпочинку в місті. За цією ознакою міський туризм може бути як цілорічним, так і сезонним.

Вплив туризму на розвиток міста може бути як позитивним (розвиток економіки, інфраструктури), так і негативним (зростання злочинності, знищення локальної культури).

У структурі туристичної індустрії більшості країн туризм урбосередовища посідає важливе місце. Найпопулярнішим цей вид туризму є у Франції, Великобританії, Швеції, країнах центральної Європи.

Туризм в містах – один з найдинамічніших видів туризму, який сьогодні характеризується зміщенням туристичного інтересу від звичайних поїздок до пізнавальніших, змістовніших, пов’язаних суспільними контактами.

Туризм у містах сприяє розвитку міської інфраструктури, надходженню інвестицій, позитивно впливає на розвиток міського господарства та сприяє підвищенню рівня життя населення.

Список використаних джерел: 1. Гаталяк О. М. Теоретичні основи туризму в містах/ О. М. Гаталяк // Географія, екологія, туризм: теорія, методологія, практика. Матеріали міжн. науково-практ. конференції. – Тернопіль: СМП «Тайп», 2915. – С. 322 – 324. 2. Смирнов І. Г. Брендинг міста в туризмі: концептуальні підходи. [Електронний ресурс].// Матеріали науково-практичної інтернет-конференції «П’ятнадцять економіко-правові дискусії /21-11-2016/» – Режим доступу до ресурсу: www.spilnota.net.ua/ua/article/id-1680 3.Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality [Електронний ресурс] / Ed. S. Medlik. — London: Butterworth-Heinemann Etd. — 1993. — P. 176. — Режим доступу до ресурсу: www.mu.edu.et/iphc/images/Tourism/Dictionary_of_Travel_Tourism_Hospitality.pdf.



O.В. Мартинюк, к. е. н., доцент

Д.П. Рафальська, магістр

Національний університет водного господарства
та природокористування, м. Рівне

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті висвітлено основні тенденції розвитку туристичної галузі в Україні, розкрито особливості формування спеціалізованого туристичного продукту гастрономічного туризму як одного з пріоритетів туристичного попиту на основі національних кулінарних традицій. Проаналізовано досвід створення різних туристичних атракцій - гастрономічних.

Ключові слова: гастрономічний туризм, національна кухня, фестиваль.

In article the main tendencies of development of tourist industry in Ukraine, the features of the formation of a specialized tourist product gastronomy tourism as a priority tourism demand on the basis of national culinary traditions. The experience of creating a variety of tourist attractions and gastronomic.

Key words: gastronomic tourism, national cuisine, festival.

Чіткого визначення, що вважати гастрономічним туризмом, не існує, люди розуміють абсолютно різні речі під такими начебто схожими поняттями, як їжа туризму, кулінарний туризм або гастрономічний туризм. На наш погляд, під гастрономічним туризмом у прямому сенсі слова слід розуміти:

- спеціальні винні та гастрономічні тури;
- відвідування об'єктів гастрономічного туризму (спеціалізовані музеї, сироварні, вино-робні, пивоварні тощо);
- відвідування ресторанів із регіональною кухнею;
- відвідування кулінарних курсів при готелях, а також спеціалізованих кулінарних центрів і шкіл;
- відвідування фермерських господарств;
- відвідування сільськогосподарських (фермерських) ринків;
- продовольчі виставки та ярмарки;
- гастрономічні і винні (пивні тощо) фестивалі.

За даними Всесвітньої організації (туристичний ЮНВТО, Глобальна доповідь із продовольчого туризму), 79% мандрівників вибудовує маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливість місцевої кухні. Кожен третій турист у світі



роздігає національну кухню як важливу складову частину мотивації до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат у поїздці.

Сьогодні в умовах глобальної економіки дуже важливим є поглиблення міжнародних економічних зв'язків між країнами й різними галузями народного господарства й підвищення конкурентоспроможності. Туризм та готельно-ресторанний бізнес як новітні галузі можуть сприяти виведенню економіки України на більш високий рівень, особливо, враховуючи сучасні тенденції їх динамічного розвитку в світі.

Саме тому вважаємо за доцільне розглянути сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму як окремого виду економічної діяльності, завдяки якому Україна може стати потенційною територією світової туристичної діяльності.

Дослідженням гастрономічного туризму присвячено ряд наукових праць зарубіжних вчених [1-7], які дали визначення та зміст, проаналізували деякі об'єкти, включені до складу «гас- трономічних турів»; українських науковців [8, 9], які доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України.

У 1998 році вченими університету Bowling Green (США) вперше введено термін «кулінарний туризм», а в 2003 році була створена Міжнародна асоціація гастрономічного туризму, якою в 2012 р. запропоновано вживання терміну «гастрономічний туризм» [10].

Вважаємо за доцільне з'ясувати фактори, які впливають на його розвиток, змістовий складник та особливості спеціалізації окремих територій України.

Нині в Україні налічують більше 100 гастрономічних фестивалів : вина, сиру, дерунів, сала, карпа, тушковано півня, вареників, шашлику, шоколаду, полуниці, березового соку, кавуна, хліба тощо. Найбільшими з них є наступні (табл.1.).

Нині Україна має низку гастрономічних заходів, що створює передумови для розвитку гастрономічного туризму, який має свої особливості у регіональному аспекті. Зокрема, в Центральних регіонах дуже полюбляють страви з тіста (галушки, пампушки, капустняк), Північ – деруни, печена (заченене м'ясо) Південь – страви з риби і овочей, Західна Україна – банош, бограч, чанахи, кніши тощо. Слід зазначити, що гастрономічний туризм на сучасному етапі активно розвивається в Україні через низку не тільки традиційними способами, але і організаціями різних арт-заходів, що дозволяють популяризувати не тільки національну кухню, але і кухню інших країн світу. Зокрема, у 2016 році Укрінформ запустив проект "Їли-пили-2016", присвячений



гастрономічним фестивалям України, що сприятиме розвитку не тільки організаторам цих заходів , але і дозволить туристам отримати більше інформації про ці заходи (місце, вартість, як доїхати).

Таблиця1

Найбільші гастрономічні фестивалі України [узагальнено 11,12]

Назва події	Місце і час проведення
Фестиваль ріплянки	червень, с. Колочава, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль "Біле вино"	березень, м. Берегово, Закарпатська обл.
Фестивалі леквару в Берегівському районі	серпень, с. Геча, Закарпатська обл.
"Галицька дефіляда"	Тернопіль
"Хліб своїми руками"	Чернігівській області
"Львів на тарілці".	Львівська область
Гастрономічний фестиваль "Червене вино"	Місто Мукачево, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль "Конкурс різників свиней - гентешів"	січень, с. Геча, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль вина та меду "Сонячний напій"	травень, м. Ужгород, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль чорниць "Верховинська яфина"	серпень, с. Гукливе, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль "Гуцульська бринза"	вересень, м. Рахів, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль "Борщ"ю"	вересень, м. Борщів, Тернопільська обл.
Гастрономічний фестиваль "Золотий гуляш"	жовтень, с. Мужієво, Закарпатська обл.
Гастрономічний фестиваль молодого вина "Закарпатське Божоле"	листопад, м. Ужгород, Закарпатська обл.
Фестиваль бограча в Косині	травень, комплекс "Термальні води Косині", Закарпатська область
Гастрономічний фестиваль «Полтавська галушка» («Галушка фест»)	червень, Полтава
Гастрономічний фестиваль сала	лютий, Полтава
Гастрономічний фестиваль-квест "Борщик у глиняному горщику"	серпень, Опішня Полтавська область
Національне Свято Шоколаду	березень, Львів

Україна володіє багатою культурною та історичною спадщиною. Тому, одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм. Проводячи гастрономічні тури, відвідування закладів харчування може супроводжуватись ознайомленням туристів з місцевими пам'ятками та іншими об'єктами рекреації. Щороку на території України проводиться велика кількість



культурно-історичних заходів, які приваблюють вітчизняних та закордонних туристів. Важливим фактором також є не лише розважальний вплив, який здійснюється при залученні до гастро-туризму, а й лікувальна складова. Адже багато підвідів даного туризму пропонують продукцію, яка володіє лікувальними та профілактичними властивостями. Нами було досліджено вплив культурної складової на формування пропозиції гастрономічного туризму. Проаналізувавши ресурсні можливості регіону України, слід зазначити, що гастрономічний туризму має перспективи для розвитку. Тому, наявні туристичні ресурси є міцною базою для розробки та втілення у життя цікавих гастрономічних маршрутів країною. Велика кількість релігійних свят, які супроводжуються театральними дійствами, організація ярмарок та фестивалів, – все це є основою складовою гастрономічного туризму в Україні.

Список використаних джерел: 1. Armesto Lopez, X. A., Gomez Martin, B. Tourism and quality agro-food products: an opportunity for the Spanish countryside. Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, – 2006. – V.97 – Is.2 – P. 166– 177. 2. Chaney S., Ryan C. Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism //International Journal of Hospitality Management. – 2012. – Т. 31. – №. 2. – P. 309–318. 3. Hall CM, Mitchell R. Gastronomic tourism //Niche Tourism. – 2013. – P. 73. 4. Gruia R. et al. Study regarding the stimulation of the mountain development through gastronomic tourism //15th International Conference "Romanian rural tourism in the context of sustainable development: present and prospects", Vatra Dornei, Romania, 23–25 May 2013. – "Gh. Zane" Institute of Economic and Social Research, Iasi Branch of Romanian Academy, 2013. – P. 107–118. 5. Che D., Wright R., Rae R. Taste paradise: tropical North Queensland as a gastronomic tourism destination. – Applied Geography Conferences, Inc., 2013. 6. la Torre D. et al. Analysis of the Gastronomic Tourism in the Province of Cordoba //Tourism & Management Studies. – 2012. – №. 8. – P. 78–87. 7. Romero Contreras AT et al. Turistic and gastronomic heritage as strategy for development at Cuenca Alta of the river Lerma, in Toluca, México //Rosa dos Ventos. – 2012. – Т. 4. – №. 3. – P. 397–415. 8. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур// Філософські нариси туризму. За ред. проф. Пазенка В.С. – К., 2005. – С. 223–233. 9. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128–132. 10. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. – 2014 [Електронний ресурс]. URL:<http://www.worldfoodtravel.org> (дата звернення 23.02.2014). 11. 30 українських фестивалів, про які не знає 98 % українців [Електронний ресурс]- Режим доступу: http://stezhkamu.com/articles/80_30_ukrainskykh_festyvaliv_pro_jaki_ne_znae_98_ukrainciv_chastyna_1 12. Смачна країна: мрієте смачненько попоїсти – слідкуйте за гастрономічними фестивалями України і degustуйте усяку смакоту [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://rama.com.ua/smachna-krayinamriyete-smachnenko-popolystislidkuyte-za-gastronomichnimi-festivalyamiukrayini-i-degustuyte-usyaku-smakotu/>



УДК 911.2.502.4:338.48

Романів А.С., к. геогр. н., доцент

Національний університет водного господарства та
природокористування, м. Рівне

Романів О. Я., к. геогр. н., доцент

Житомирський державний технологічний університет

Мержук В.О.

Рівненська мала академія наук

СТВОРЕННЯ ГЕОПАРКУ «БАЗАЛЬТОВІ СТОВПИ» ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГЕОТУРИЗМУ

Обґрунтовано головні аспекти створення геопарку «Базальтові стовпи» на Рівненщині з урахуванням міжнародного досвіду.

Ключові слова: геопарк, геотуризм, базальт

The main aspects of creating the "Basalt Pillars" geopark in the Rivne region are grounded in the light of international experience.

Key words: geopark, geotourism, basalt

Одночасно з посиленням інтересу до об'єктів геоспадщини та збільшенням кількості бажаючих їх відвідати постає проблема їхнього збереження і раціонального використання, а також зростає необхідність подальшого вивчення цих об'єктів. Як свідчить вітчизняний та зарубіжний досвід, спроби перетворити такі пам'ятки в особливо охоронювані території не були успішними як з фінансових міркувань, так і за професіональними цілями. Вирішити вказані проблеми дозволяє ідея створення геопарків.

Геопарк – це геологічний музей під відкритим небом, де зосереджені унікальні та привабливі з наукової, освітянської і туристичної точки зору геосайти (природні і штучні відслонення, структурні форми, наслідки ендогенних і екзогенних процесів і явищ), які візуально розкривають геологічну історію планети, особливості формування ландшафтів минулого, утворення порід і родовищ корисних копалин. Актуальність дослідження полягає в тім, що геопарк є туристичною дестинацією, що направлена на залучення туристів і задоволення їхніх потреб, а для регіону створення геопарку – це можливість зайняти нову нишу на ринку туризму.

Мета дослідження – обґрунтувати доцільність створення геопарку на базі геологічної пам'ятки «Базальтові стовпи» та Івано-Долинського родовища базальтів на Рівненщині.

Згідно з критеріями віднесення природних територій до геопарків,



розробленими ЮНЕСКО, вони повинні:

- бути визначним природним геологічним феноменом (геологічним пам'ятником), шедевром людської діяльності (наприклад, унікальні родовища, давні розробки), мати будівельну, архітектурну, технологічну або ландшафтну цілісність;
- забезпечувати обмін людськими цінностями, збереженість культурних традицій різних епох цивілізацій;
- відображати природне, традиційне для тієї чи іншої епохи, людське поселення або результати надрокористування, геологічні епохи Землі, розвиток форм рельєфу або динаміку природних геологічних процесів;
- характеризувати найважливіші сучасні екологічні процеси, які відбуваються на Землі, і природні середовища [2, с. 168].

Зміст основних напрямів діяльності геопарків розкрито у табл. 1.

Таблиця 1

Напрями та зміст діяльності геопарків (складено за [4, с. 7] з доповн.)

Напрям діяльності	Зміст діяльності
Геоконсервація	Збереження й вивчення об'єктів геоспадщини, впровадження та демонстрація нових методів їхнього збереження й використання; поліпшення і розширення способів охорони, облаштування і популяризації геологічних і геоморфологічних об'єктів; збереження та підтримка місцевих традицій та чинного законодавства.
Освіта	Організація і вжиття заходів щодо популяризації знань у галузі наук про Землю та охорони природи для широкого кола осіб; організація охорони і презентація геосайтів, музеїв, інформаційних центрів, подорожей, спеціалізованих турів, шкільних екскурсій, видання популярної літератури, карт, освітніх матеріалів та презентацій, створення навчальних колекцій кам'яного матеріалу, зйомка науково-публіцистичних фільмів тощо.
Наукова робота	Проведення наукової роботи (дослідження, інвентаризацію, картування тощо) спільно з університетами, науково-дослідними інститутіями, стимулування обміну досвідом між ученими та місцевими громадами, організація наукових заходів.
Геотуризм	Стимулування економічної активності та зрівноваженого розвитку шляхом розвитку геотуризму, створення привабливих для відвідувачів туристичних пропозицій, популяризація місцевих туристичних продуктів та геоспадщини, просування місцевого геопродукту на туристичних ринках у співпраці із місцевими підприємцями.

Геопарки об'єднуються у мережі для полегшення виконання своїх завдань. Програма розвитку геопарків розроблена ЮНЕСКО у співпраці з Міжнародним союзом геологічних наук та урядовими інститутами і затверджена у березні 1999 р. на XXIX Генеральній



конференції ЮНЕСКО. Завдання цієї програми — скоординувати національні та міжнародні зусилля в галузі збереження геолого-геоморфологічної спадщини, геотопів, геомісць, заповідних геологічних об'єктів. А в червні 2004 р. під егідою ЮНЕСКО була створена міжнародна мережа геопарків. Території, що претендують на включення до міжнародної мережі геопарків, повинні відповідати певним критеріям (табл. 2).

Таблиця 2

Критерії для включення геопарку до міжнародної мережі [5, с. 121]

№	Критерії
1.	Території повинні включати значну кількість надзвичайно важливих об'єктів геологічної (геолого-геоморфологічної) спадщини, що мають наукову та освітню цінність, унікальний характер і рекреаційну привабливість.
2.	Одночасно об'єкти геологічної спадщини можуть становити археологічний, історико-культурний та екологічний інтерес.
3.	На цих територіях розвивається геотуризм, який сприяє розвитку уявлення і знань людей про геоспадщину.
4.	Демонструються методи збереження та застосування геоспадщини до задоволення потреб геонаукових досліджень і розробки природоохоронних заходів.
5.	Значна увага на цих територіях повинна приділятись співпраці з місцевими жителями, а також освітньому і соціально-економічному розвитку громади.
6.	Повинен існувати менеджмент-план території геопарку, який сприятиме сталому соціально-економічному розвитку (як правило, базованому на екотуризмі).
7.	Геопарк повинен бути складовою глобальної мережі, що демонструє та поширює найкращий досвід стосовно природної спадщини та інтегрується у програми сталого розвитку.

Початок формування мережі геопарків відбувся на І Міжнародній конференції з геопарків (Пекін, 2004 р.), де було прийнято директивні документи й вручено країнам 25 сертифікатів ЮНЕСКО. На 2015 рік в систему глобальних геопарків (Global Geoparks Network (GGN)) входило уже 120 геопарків у 33 країнах, найбільше у Китаї (27), Іспанії (11), Італії (10), Японії (8), Німеччині (8).

З 2002 року існує спеціальна програма ЮНЕСКО із створення і підтримки системи національних геопарків (Global Network of National Geoparks). Щодо геопарків в Україні тривають обговорення та проводяться заходи, спрямовані на створення організаційного та інформаційно-освітнього забезпечення геотуризму. Уже розроблено проект мережі потенційних національних геопарків, складено методичні засади формування геопарків та проект Положення про геопарки [8]. На заході України обґрунтовано формування геопарків у гірській частині Українських Карпат — «Скелясті Бескиди» та «Вулканічні Карпати» [6], у Передкарпатті — «Галицьке Придністер'я», на Західному Поділлі — «Викопний бар'єрний риф», «Гіпсовий карст Поділля» і «Дністровський каньйон» [3] та інші.

До перспективних територій для створення геопарків варто



з врахувати й заказник «Базальтові стовпи» на Рівненщині, який заслуговує на те, щоб бути включеним до маршрутів геологічного туризму, причому не тільки вітчизняних, а й міжнародних.

Пам'ятка «Базальтові стовпи» – одне зі 100 чудес природи України. Вона є комплексною: стратиграфічною, петрографічною, мінералогічною, палеовулканічною. Розташована на західному схилі Українського кристалічного щита. У геоморфологічному відношенні район розміщений у межах Волинського пасма, яке розділяє Волинське підняття на півдні та Пінські болота на півночі.

Район родовища базальтів знаходиться в межах Костопільської денудаційної рівнини, першої надзаплавної тераси та заплави р. Горинь, яка сформувалася на заключному етапі деградації Дніпровського льодовикового нашарування. Денна поверхня – низовинна плоско-хвиляста. Поширені моренно-зандрові та денудаційні форми рельєфу. У меридіональному напрямку поверхня флювіогляціальній рівнини розчленовується р. Горинь. Абсолютні позначки коливаються у межах 170–190 м. Лише у долинах річок вони знижаються до 160 м. Своєрідність геоморфології району надають виходи базальтів венду вздовж лінії Костопільського глибинного розлому (Берестовець-Злазне-Великий Стидин).

Поліський вулкан, що утворив це диво природи, діяв 650 млн років тому. Після охолодження застиглої магми утворилися базальти у вигляді стовпів-багатогранників від 3 м до 30 м висотою. Загальна протяжність відслонень базальтів у межах пам'ятки 180–230 м. Товщина стовпів коливається від 0,5 до 1,5 м (переважають 0,8–1,0 м). Мають властивість давати прямий рівний розкол.

Родовище майже повністю розміщене на правому березі р. Горинь. У Рівненській і Волинській областях відомо дев'ять родовищ базальтів, які належать до трапової формації і знаходяться в межах Волино-Поліського прогину. Нині експлуатуються лише чотири з них, у тому числі й Івано-Долинське родовище базальтів, на базі якого і діють Івано-Долинський базальтовий кар'єр та геологічний заказник «Базальтові стовпи». В адміністративному плані родовище знаходиться в Костопільському районі Рівненської області на південь і південний захід від с. Базальтове. Базальти використовувалися, в основному, для виробництва матеріалу для шляхового будівництва, виготовлення полірованих виробів, а в останні роки розглядаються як сировина для петрургійного виробництва. Здебільшого базальт з родовища йде не на бруківку, а на мінеральне волокно. Туристів вражают розповіді про використання базальту при виготовленні костюмів для пожежників та навіть скафандрів для космонавтів. З базальту виготовляють не тільки матеріал для дорожнього



покриття, а й пам'ятники, картини та інші мистецькі вироби. У довколишніх селах живе багато майстрів, які займаються таким промислом.

Значні поклади базальту були виявлені в цій місцевості ще у XVIII ст. Базальт видобувають у цій місцевості відкритим способом з 1861 р.

Детальна історія геологічних досліджень та експлуатаційної розвідки Івано-Долинського родовища викладена у [7].

Деякі з кар'єрів ще діють, а є вже і затоплені. Кар'єрами № 2 і 4 базальти розроблено лише у північно-східній частині. Зауважимо, що площа розвитку базальтів, яка залишилась поза межами підрахунку запасів, є значною. Тому є потенціал приросту запасів корисної копалини у південному та західному напрямках.

Підземні води, які затопили недіючий кар'єр, утворили чисте озеро, вода у якому має смарагдовий колір. Глибина тут досягає 30 метрів, а при березі – не менше 3 м. Посеред озера є невеличкий острівець, що в народі нарекли островом Кохання. Офіційно купатись тут заборонено, утім охочих відпочити щороку більшає. Кажуть, що в озері затоплений ківш екскаватора і тому сюди навідується професійні пірнальники. В озері є риба та раки.

Дослідження Івано-Долинського родовища базальтів свідчить, що цей об'єкт є унікальним природним утворенням, який заслуговує на те, щоб бути включенім до маршрутів геологічного туризму, причому не тільки вітчизняних, а й міжнародних. На користь цього можуть свідчити такі аргументи:

1) На площі родовища знаходяться заказник “Базальтові стовпи” і реліктовий ліс, які є пам'ятками природи та охороняються державою.

2) У кар'єрах розкриті на всю висоту базальтові стовпи, які вражают розмірами, формою і складають своєрідні архітектурні ансамблі: вертикальні колонади, «похилений ліс», величезні «віяла», а в поперечному перетині – «бруківка гігантів». Верхівки деяких базальтових стовпів покриті ефектними «білосніжними шапками» крейдових відкладів, що розвинені в покрівлі базальтів.

3) На місці відпрацьованих кар'єрів № 1 і 3 утворились озера з чистою і прозорою водою, що очищається пористими вулканогенними породами, серед яких присутні горизонти із цеолітами – природним сорбентом. Okрім того, вода очищається кременем і пом'якшується крейдою, які попадають в озера з осадової товщі над базальтами.

4) Місцевість відзначається мальовничою природою. На території Костопільського району знаходиться Суський ботанічний заказник державного значення, три заказники місцевого значення, 21 заповідне урочище. Із західного борту кар'єру № 3 відкривається панорама з краєвидами долини р. Горинь. Упритул до кар'єрів підступає ліс.



5) У кар'єрах можна спостерігати процес видобування базальтових блоків і щебеневої сировини, виготовлення тротуарної шашки, а на базі підприємств – виробництво щебеню, розпилювання кам'яних блоків та отримання пильальної і полірованої продукції.

6) У базальтах і туфах, які залягають нижче, наявні мінеральні утворення, які можуть зацікавити любителів каменю та колекціонерів. Тріщини в породах часто заповнені цеоліт-карбонат-халцедоновими жилами потужністю до 10–20 см. У порожнинах спостерігаються жеоди і щітки кварцу, друзи кальциту. Широко розвинені в зонах розломів яшмоїди та яшмоподібні породи із червоним, зеленим, сургучно-коричневим, чорним забарвленням [7, с. 111].

Виходячи з наявної геоспадщини, етнографічно-культурної спадщини, існуючої інфраструктури та характеру туристичних занять на прилеглих територіях, а також враховуючи унікальність території, можна запропонувати розвиток таких груп туристичних продуктів у межах геопарку у партнерстві з природоохоронними, науковими і культурно-освітніми організаціями:

а) екотуристичний продукт з відповідною інформаційною освітньою інфраструктурою та мережею навчальних (дидактичних) і тематичних геошляхів;

б) етнографічно-культурний продукт з відповідними експозиційними об'єктами, демонстраційними моделями типу «традиційне гірниче господарство», при широкій співпраці з майстрами народних промислів;

в) кваліфікований турпродукт (активні піші, велосипедні, кінні маршрути, рибальські заняття, скелелазіння) на базі використання природних ресурсів;

г) турпродукт у сфері промислового туризму з демонстрацією видобування базальтових блоків і щебеневої сировини, виготовлення з них готових виробів.

Приваблює заказник не лише відпочивальників і туристів, а й митців. Тут знімали фінальну сцену історичної драми «Поводир» режисера О. Саніна, кліп Руслани на пісню «Я люблю», кліп Лесика Турко на пісню «Money». Ці відеороботи можна використати у маркетинговій діяльності геопарку для формування іміджу.

Перетворення «Базальтових стовпів» в геотуристичний об'єкт є складним через відсутність належної туристичної інфраструктури, гарних доріг та інформаційного забезпечення. При цьому, у Інтернет рекламиують тури до «Базальтових стовпів». Ускладнює ситуацію те, що і далі ведеться видобування базальтів ПАТ «Івано-Долинський спецкар'єр», що може бути небезпечним для туристів. Але завдяки



туристичній популярності місцевості уже виникають проблеми із сміттям на озері та в лісі поряд. Отже, до особливостей заказника «Базальтові стовпи» належать унікальність з точки зору геологічної спадщини та стихійне і неорганізоване використання туристами. Тому пропонуємо провести заходи для створення геопарку (табл. 3).

Таблиця 3

Етапи щодо створення геопарку «Базальтові стовпи»

(складено за [1, с. 18] з доповненнями)

№ етапу	Зміст роботи
1.	Обстежити стан заповідних об'єктів неживої природи в межах території, створити сучасний електронний банк даних наявних цінних об'єктів та розробити рекомендації щодо покращення їх охорони та екоосвітнього і геотуристського використання, зокрема таких об'єктів як самі базальтові стовпи, закинуті кар'єри, у яких уже не ведеться видобуток, та озеро Базальтове.
2.	Дослідити наслідки антропопресії на досліджуваній території, залучити фахівців біологів, екологів та ґрунтознавців для комплексної оцінки рекреаційної дигресії ґрунтово-рослинного покриву на території майбутнього геопарку; провести діагностику екологічних проблем освоєння території, розробити заходи щодо покращення стану ландшафтних систем.
3.	Виявити сильні та слабкі сторони геотуристичної експлуатації геосайтів, а також загрози та можливості їх туристичного освоєння.
4.	Спільно з місцевими громадами розробити модель сталого туризму в межах геопарку та концепцію розвитку його як території відпочинкового, пізнавального, промислового, зеленого і спортивно-оздоровчого туризму: а) з урахуванням рекреаційного навантаження розробити пропозиції щодо облаштування території довкола озера Базальтового та проект його туристичної експлуатації, розвитку інформаційно-освітньої туристичної інфраструктури; б) запропонувати перелік науково обґрунтованих туристичних маршрутів – геотуристичних трас («геотріпів»), що охоплювали б основні геотуристичні атракції; в) забезпечити зручну доступність до геологічних пам'яток та безпеку туристів, підтримку традиційних народних промислів, а також розвиток гастрономічно-нічліжної бази.

Одночасно місцевими адміністраціями у співпраці з зацікавленими організаціями повинен бути сформований перелік привабливих для інвестицій об'єктів рекреаційного і природно-відтворювального плану із зачленення коштів з різних джерел. Наприклад, пріоритетними інвестиційними проектами можуть виступати: частина території геопарку, у якій відтворюватиметься традиційне гірниче господарство; створення рекреаційної та екоосвітньої інфраструктури (рекреаційного містечка, центру екологічно-освітньої і наукової роботи, музею). Було би доцільним створити інформаційний туристичний пункт на місці. Тим більше, що неподалік знаходяться й інші цікаві туристичні об'єкти: Тунель кохання (22 км), Замок Радзивілла (38 км), Острозький замок (63 км), Дубенський замок (63 км), Тараканівський форт (70 км), Суський ботанічний заказник державного значення, крім того на



території Костопільського району знаходиться три заказники місцевого значення, три пам'ятки природи, 21 заповідне урочище.

Отже, створення високорангових установ, як геопарки, потребує детального опрацювання поетапного плану їхнього функціювання та низки організаційних, освітніх, інженерно-технічних заходів.

Завдяки проведеним дослідженням можна сформувати візію та місію майбутнього геопарку. Візія: геопарк, що є привабливим для туристів, в якому збережені існуючі пам'ятки природи, архітектури, історії, із екологічно чистим довкіллям, значною історичною та культурною спадщиною, багатий на народні традиції та звичаї, з розвинутими населеними пунктами поряд та щасливими людьми у них. Місія: геопарк – це територія, яка задовольняє умови збереження цінних об'єктів геологічної спадщини та забезпечує широкий спектр туристичних запитів населення на високому рівні. Показником якості послуг виступатимуть: гостинність місцевого населення, професіоналізм обслуговуючого персоналу у сфері геотуризму, міжнародний стандарт нічліжко-гастрономічної бази, доступна та повна інформація про територію геопарку, належна безпека туристів.

Список використаних джерел: 1. Габчак Н.Ф. Геологічні пам'ятки як перспективні об'єкти розвитку туризму Закарпаття / Н.Ф. Габчак // Наук. вісник УжНУ. - 2009. - Серія «Економіка». - Вип. 28. - С.17-21. 2. Гриценко В. П. Створення геологічних парків — перспектива розвитку природно-заповідного фонду / В. П. Гриценко // Природно-заповідний фонд України — минуле, сьогодення, майбутнє: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. — Тернопіль: Підручники і посібники, 2010. — С. 168–171. 3. Зінько Ю.В. Проектовані геопарки Західної України / Ю.В. Зінько, О.М. Шевчук // Фізична географія та геоморфологія. — К.: ВГЛ «Обрій», 2011. — Вип. 3(64). — С. 41-55. 4. Зінько Ю. В. Передумови створення геопарку «Дністровський каньйон» / Ю.В. Зінько, О.М. Шевчук // Дністровський каньйон — унікальна територія туризму: Мат. міжнар. наук.-практ. конф. - Тернопіль: Підручники і посібники, 2009. — С. 7-12. 5. Каплун І.Г. Геопарк як модель збереження та оптимального природокористування Подільських Товтр / І.Г. Каплун , І.Ю. Чеболда // Охорона і менеджмент об'єктів неживої природи на заповідних територіях: матер. Міжнар. наук.-практ. конф. — Гримайлів-Тернопіль: Джура, 2008. – С. 121–126. 6. Кравчук Я. Проектовані геопарки Українських Карпат як демонстраційні моделі еволюції Землі / Я.Кравчук, А.Богуцький, В.Брусак, Ю.Зінько, О.Шевчук. – Наук. вісн. Чернівецького нац. ун-ту : Зб. наук. праць. – Вип. 612-613 : Географія. – Чернівці, 2012. – С. 102-107. 7. Лисенко О. А. Геологічні пам'ятки. “Базальтові стовпи” Іванової Долини / О.А. Лисенко , І.Є. Меркушин // Зб. наук. праць УкрДГРІ. № 3 – 2013 – С. 99-111. 8. Шевчук О. Методичні засади створення національних геопарків в Україні / О.Шевчук. – Наук. вісн. Чернівецького нац. ун-ту : Зб. наук. праць. – Вип. 587-588 : Географія. – Чернівці, 2011. – С. 82-88.



Семенов С. С., студент

Національний університет водного господарства
та природокористування, Рівне

ПЕРСПЕКТИВИ ПРОЕКТУ «NANOROVER» У РОЗВИТКУ ВЕЛОТУРИЗМУ РІВНЕНЩИНИ

Простежено аспекти організації велосипедного туризму у Рівненській області. Розглянуто особливості та перспективи проекту «NaNoRover».

Ключові слова: велотуризм, спортивний туризм.

The review of investigates aspects of cycling tourism in the Rivne region were made. The features of cycling project «NaNoRover» were detection.

Key words: cycling tourism, sport tourism.

Актуальність теми розвитку велотуризму зумовлена факторами його впливу на людину: екологічність, оздоровчий ефект, позитивний емоційний заряд, тощо. Серед видів активного відпочинку велосипедний туризм є лідером за швидкістю пересування і протяжністю маршрутів. Спортивний велотуризм – це неолімпійський вид спорту та один з видів спортивного туризму. У велосипедному туризмі засобом пересування є велосипед. Велосипедний туризм належить до Федерації спортивного туризму України. Основна мета спортивного велосипедного туризму – підвищення туристичної майстерності, удосконалення техніки і тактики проходження маршрутів, випробування нових видів туристичного спорядження, отримання спортивних звань (включно до майстра спорту України). Велосипедний туризм також є одним з видів активного відпочинку [4].

Країці місця для велосипедного туризму – Європа і Америка, де подорожі на велосипедах дуже популярні. Пригодницький велотуризм – походи в екзотичні і важкoproхідні місцевості (тропічні ліси, гори, пустелі) – дуже популярний в Європі, де на велосипедах щорічно подорожують близько мільйона людей. У деяких курортних містах Франції, Швейцарії, Італії, Іспанії і Німеччини прогулянки на велосипедах популярніше за автомобілі. Статус найбільшої велосипедної країни мають Нідерланди. Велосипедисти складають майже 99% усього населення даної країни [1].

Європейська федерація велосипедистів розробила європейську мережу велосипедних трас EuroVelo, які пролягають через усю Європу. Україною проходить Маршрут EuroVelo № 4, зокрема через



м. Острог Рівненської області. Він розпочинається у місті Роскофф на атлантичному узбережжі Франції і має закінчуватися в Києві, загальну протяжність 4000 км. На своєму шляху маршрут проходить також територіями Бельгії, Німеччини, Чехії і Польщі.

Веломарафони (бревети) проводяться згідно з щорічним Міжнародним Календарем Всесвітньої асоціації рандонерів «Les Randonneurs Mondiaux», затвердженим Паризьким Клубом «Audax Club Parisien» (ACP) Безпосередню організацію веломарафонів здійснюють Клуби, зареєстровані в АСР. Такими Клубами на даний час в Україні є: «Lviv Bicycle Club» (м. Львів), «Randonneurs Go!» (м. Луганськ), «Velo-Sport Sumy Randonneurs» (м. Суми), «Team Adrenalin» (м. Кривий Ріг), «Odessa Bicycle Club» (м. Одеса), «Cycle Monk» (м. Кременчук), «Kharkov velo» (м. Харків), «Ukraine Baik Family» (м. Кривий Ріг), «Azov-Marathon» (м. Маріуполь), «Kyiv Bicycle Club» (м. Київ), «Poltavarandonneurs» (м. Полтава), «Rivelو» (м. Рівне), «Ternopil Velomarathon» (м. Тернопіль), «Velo Vinnitsa» (м. Вінниця), «Audax Club Zaporisien» (м. Запоріжжя), «Moguls Audax» (м. Київ), Pepper's Velosection (м. Полтава) та ін. [2, 3].

Загальну координацію по організації українських веломарафонів та реєстрацію результатів в АСР здійснює уповноважений представник «Les Randonneurs Mondiaux» та Паризького Клубу АСР в Україні. Нині офіційним представником Audax Club Parisien в Україні призначено керівника Velo-Sport Sumy Randonneurs, Олега Михайлика [2].

З метою розвитку велоінфраструктури у Рівненській області та м. Рівне нами розглядається проект «NaNoRover». Даний проект являє собою проектування велотрас для любителів, екстремалів та професіоналів. Прикладом подібного, але набагато масштабнішого проекту, є байкпарк Моттоліно, що знаходиться в Альпах на півночі Італії в селищі Лівіньйо: різні види велотрас, які відрізняються складністю (БМХ, Даунхіл, Крос-Кантрі).

Побудова байкпарку у Рівному та на горбистих ландшафтах області надасть поштовх для інтенсивного розвитку туризму в регіоні. Так, на трасах велопарку зможуть проводитись любительські та професійні змагання, більше велоспортсменів будуть їздити у Рівне зі всієї України. Існує декілька перспективних локацій для будівництва таких трас:

- Пагорб Слави (м. Рівне)
- Село Шпанів (5 км від м. Рівне)
- Село Буша Здолбунівського р-ну (15 км від м. Рівне).

Щодо побудови траси на пагорбі Слави, то на даний час уже готується документація на будівництво Крос-кантрійної та БМХ- трас.



Село Шпанів уже має побудовані даунхіл- та тріал- траси любителями у невеличкому лісі, якщо прикласти зусиль і реставрувати ці ділянки, у нас вийде організовувати змагання європейського рівня, з'їжджатись зможуть всі поціновувачі цих видів, також вони зможуть вдосконалювати свої навички владіння велосипедом.

Село Буша має цікаві пагорби, на яких можна збудувати цікаві треки, з яких відкриватимуться мальовничі пейзажі. Враховуючи принадлежність Буші до території національного парку «Дермансько-Острозький», необхідно при проектуванні врахувати функціональне зонування даної природно-заповідної території. Побудова спортивної траси змогла б сформувати стійкі туристичні потоки у наш регіон не лише спортсменів, але й звичайних туристів, які зможуть активно відпочити та насолодитися неперевершеною природою Рівненщини.

Велосипедний туризм отримав популярність у багатьох країнах світу завдяки тому, що він дозволяє за короткий проміжок часу відвідати і подивитися більше туристичних атракцій, одночасно насолоджуючись швидкою зміною вражень. Для велотуризму доступні майже усі території, куди неможливо дістатись на автомобілі.

Пріоритетним завданням у популяризації велотуризму серед населення має бути розробка регіональних, всеукраїнських та міжнародних туристичних маршрутів. Робота у даному напрямку інтенсивно проводиться, нажаль, поки що за рахунок ентузіастів, без значної фінансової підтримки держави. Мережа інтернет постійно поповнюється інформацією про розвиток велосипедного туризму. Майже у кожному регіоні діє група велоактивістів, яка популяризує даний вид туризму.

Список використаних джерел: 1. Нідерланди. Велоальманах [Електронний ресурс]. - Режим доступу:<https://velogen.ua/ukraine/statti/nederlandi> 2. Новий представник Audax Club Parisien в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://randonneurs-ua.org/> 3. Положення про веломарфони Lviv Bicycle club/[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://velomax.com.ua/> /forum/index.php?showtopic=6272 4. Романів П. В. Аспекти організації велосипедного туризму у Тернопільській області / П. В. Романів // Географія та туризм. - 2012. - Вип.21. - С. 73-80.



**Ходзинська К.В., магістр
Меліх О.О., д-р. е. наук, проф.**

Одеська національна академія харчових технологій, м.Одеса

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ОДЕЩИНІ

Стаття присвячена дослідженю гастрономічного туризму на прикладі Одеського регіону в Україні. Охарактеризовано основні гастрономічні ресурси Одещини. Проаналізовано проблеми розвитку гастрономічного туризму в регіоні та окреслено перспективи його розвитку. Проаналізовано можливості і загрози, які можуть виникнути у разі розвитку гастрономічного туризму на Одещині.

Ключові слова: гастрономічний туризм, Одеський регіон, одеська кухня, проблеми туризму, перспективи туризму, етнічні кухні.

The article is devoted to the research of gastronomic tourism on the example of the Odessa region in Ukraine. I describe main problem of development gastronomic tourism and describe perspective his progress in Odessa region. Also I describe main opportunities and threats that may arise in the development of gastronomic tourism in the Odessa region.

Keywords: gastronomic tourism, Odessa region, Odessa cuisine, problem of tourism, perspective of progress tourism, ethnic cuisine.

Постановка проблеми. Одеська область, найбільша в складі України, розташована на південно-заході країни. Головна особливість географічного розташування області - її приморське і прикордонне положення. На території Одещини проживають 133 національності та народності, при цьому особи некорінної національності складають понад 37 % населення області.

Історико-географічні особливості заселення території області обумовили формування тут районів із компактним проживанням ряду національних груп – болгар, молдаван, гагаузів та ін.

Яскравим фрагментом національних культур є національна кухня: традиції і технології приготування страв, особливості застольного етикету, особливості ставлення до їжі. Такий полінаціональний регіон є дуже привабливим для розвитку гастро- та етнотуризму[1].

Разом з цим, такий шанс можуть використовувати і національні меншини, які проживають на даній території, демонструючи власну автентичність через їжу, зберігаючи тра- диції і отримуючи додаткові доходи від туристів. Також на Одещині розвинуты всі види



транспортного сполучення, що дає більше шансів для розвитку гастрономічного туризму.

Саме тому вважаю за доцільне розглянути сучасний стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму як окремого виду економічної діяльності, завдяки якому Україна та Одещина можуть стати потенційними територіями світової туристичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематіці та розвитку гастрономічного туризму в Україні присвячені праці таких учених, як Коваль Наталля «Маленькі мандрівки великою країною»(2016 р.),Іваненко Марина «100 ресторанів України» (2012 р.), Л.Кравецька «Сучасна українська кухня» (2017 р.),Лібкін С.І «Одеська кухня» (2015 р.),Ханкішев С. «Казан,мангал і інші чоловічі насолоди» та інші [2].

Дослідженням гастрономічного туризму присвячено ряд наукових праць зарубіжних вчених [3-9], які дали визначення та зміст, проаналізували деякі об'єкти, включені до складу «гастрономічних турів»; українських науковців [10, 11], які доводять важливість розвитку даного виду діяльності в окремих регіонах України.

Але на сьогоднішній день відсутні наукові праці з аналітики стану та перспектив розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні України.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Одеська область найбільша в складі України. Головна особливість географічного розташування області - її приморське і прикордонне положення. Широкий вихід до Азово-Чорноморського басейну і до великих річкових магістралей - Дунаю, Дністру, Дніпру, Дону.

Визначають її великі переваги у транспортно-географічному положенні.

У межах області розташовані 15 лиманів, що займають пониззя колишніх річкових. Завдяки активній діяльності туристичних підприємств м. Вилкове, на острові Лебединка прокладена екологічна стежка для любителів птахів; в місці впадання Дунаю в Чорне море встановлено пам'ятний знак «Нульовий кілометр». Щорічно розробляються все нові і нові екологічні маршрути, здатні задовольнити будь-який смак і потребу як вітчизняних, так і зарубіжних туристів. Основними природними рекреаційними ресурсами області є лікувальні грязі та ропа лиманів, піщані пляжі і мінеральні води і води Чорного моря.

Одеські санаторії «Лермонтовський», «Україна», «Росія», ім. Горького, «Одеський», «Золота нива», «Патрія», «Куяльник» за своїми лікувальними можливостями відомі далеко за межами України.



Історико-краєзнавчий потенціал Одеського регіону може задоволити всебічні запити вітчизняних та іноземних туристів завдяки численним пам'яткам різних часів. Тут зосереджені пам'ятки епохи палеоліту і неоліту, античної культури, культури скіфів і сарматів, інших стародавніх народів. Одесса пережила період турецького панування і бурхливий розвиток економіки і культури протягом XIX ст. Такі міста як Білгород-Дністровський, Рені, Ізмаїл, Одеса мають дуже цікаву історію і багато пам'яток культури.

Одеса - театральне місто. Тут працюють 6 професійних театрів, філармонія, цирк. Афіші Одеських театрів цілий рік пропонують широкий репертуар музичних і драматичних, симфонічних та естрадних вистав.

Театрально-концертне життя міста не знає міжсезонних пауз. У літньо-осінній час сюди приїжджають на гастролі кращі колективи Києва, Дніпропетровська, Москви, Санкт-Петербурга та інших міст.

Одеса надає городянам і гостям міста безліч сучасних культурно-розважальних центрів. Це різні клуби з казино та ігровими автоматами, із залами для гри в більярд, боулінг, теніс. Повсюдно організовуються дискотеки.

Всі ці ресурси дають велику можливість для розвитку багатьох видів туризму, таких як: культурно-пізнавальний, екологічний (зелений), лікувально-оздоровчий, подієвий, а також гастрономічний.

Перевагою гастрономічного туризму в порівнянні з іншими піввидами пізнавального туризму є те, що тільки гастрономічний туризм задіює крім зору і слуху також інші органи відчуття людини, зокрема смак та запах. Останнім часом спостерігається популяризація та зацікавленість населення кулінарією: телевізійні шоу, проведення майстер-класів для професіоналів та аматорів у ресторанах, а також дитячі кулінарні школи, що пропонують деякі заклади ресторанного господарства тощо.

Гастрономічний туризм має спеціалізацію.

Схема спеціалізації гастрономічного туризму наведена на рис.1. Україна як новий туристичний напрям все частіше з'являється на туристичних картах мандрівників. Відомість додають і різні рейтинги від міжнародних туристичних путівників, які рекомендують мандрівникам звернути свої погляди на Україну. Головними містами, які користуються популярністю серед закордонних та вітчизняних туристів, є Київ, Одеса та Львів.

Враховуючи той факт, що Київ є сучасною столицею України, Львів – колишня столиця та найбільше місто Західної України, неабиякий інтерес для відвідувачів становить Одеса як найпотужніший



культурно-історичний, економічний та туристичний центр Півдня України.

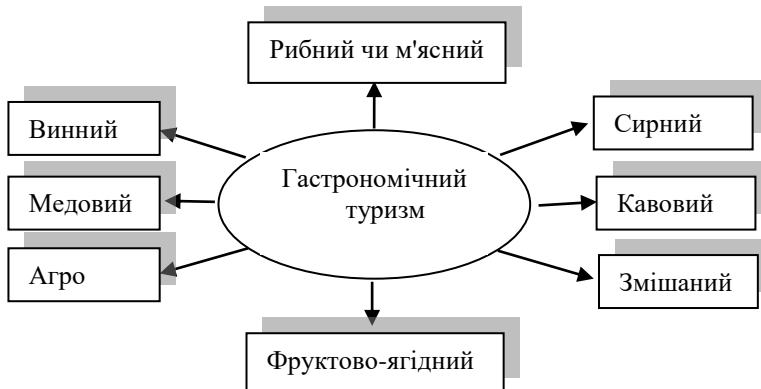


Рис.1 Схема спеціалізації гастрономічного туризму

Коли-небудь вчені спробують з історії кулінарії простежити історію країн: що було споконвічним, що переймали чужого; як святкували, як сумували; як їли в ситі роки, чим перебивалися в голодні. Вони неодмінно дізнаються про одеську кухню. Одеська кухня це змішана кухня. Це пояснюється тим, що в Одесі живуть 133 національності і це робить її унікальною і неперевершеною. Достаток одеської кухні описано в літературі.

Одне з найперших датується 1810 роком і належить князю Івану Долгорукому. А потім ... Хто тільки не писав про неї! Мабуть, відсотків сімдесят п'ять страв одеської кухні мають українське або єврейське походження.

Як же поєднуються дві такі різні кухні, в яких є збіги, але так багато відмінностей? А дуже просто. Так само, як і маца з паскою. «На православний Великдень у будинку пекли два пуди паски, на єврейську - чотири пуди маци», - так згадував поет Аркадій Штейнберга про життя в Одесі на початку ХХ століття.

Українська та єврейська кухні - основа. Але не буває смачного обіду без гарніру. І немає одеської кухні без грецьких маслин, бринзи, ікри з «синіх». Без німецької кухні (з якої багато запозичила єврейська) з її грунтовністю - ковбасою, сосисками, тушкованою капустою.

Без польської - зі знаменитими «мазурками» - печива з родзинок, горіхів, яєць, цукру, і, природно, борошна. Без галушок. Без



молдавської - з мамалигою та плачінта. Вірменській - з ачмой і лавашем. А одеські козинаки! (Тобто кунжутні або соняшникове насіння в меду). Тільки східні народи могли винайти таке просте і непоказне на вигляд і запаморочливе на смак блюдо. Голубці у виноградному листі - турецько-айзербаджанска добавка. На відміну від скумбрії і кефалі, так і не покинули берег турецький, недавно повернулися пахлава з рахат-лукумом.

Знову приліпилися мідії на одеських скелях - і знову запахло пловом з мідіями на одеських вулицях. З'явилися із забуття хала і бублики з семітатю. У всі, навіть найважчі часи, під кінець літа в місті насолоджувалися приемною м'якоттю кавунів.

Як запевняли мудреці, «людина є те, що вона єсть». Можна ще додати «і те, що він пам'ятає про з'їдене».

Кухня одеська, як і жінки, гумор, місто - пряна і гостра, щедра і солодка. Відмовитися від неї - нереально. Забути її неможливо.

Їжа вже давно перестала бути тільки засобом підтримки життя людини. Сьогодні це щось більше – джерело естетичного задоволення, засіб пізнання іншого народу. Щоб перепробувати всі страви Всесвіту, не вистачить і цілого життя, але ознайомитися з гастрономічними творіннями основних національних кухонь можливо. Мета гастрономічного туру – насолодитися особливостями тієї чи іншої національної кухні, вхопити саму «душу» місцевої рецептури, а не просто скуштувати величезну кількість страв і на-поїв.

Сьогодні деякі райони Одеської області розробляють та впроваджують свої програми з розвитку туризму в регіоні. Вже є цікаві приклади винних турів, до програми яких входять: відвідування виноградарських господарств, виноробних підприємств, музеїв; дегустація виноробної продукції. Зароджується в регіоні проведення етнічних фестивалів, які дозволяють відвідувачам зануритися в традиції та культуру етносу.

Одеса – південний винний центр України. Доволі активно туроператори пропонують дегустаційні винні тури на завод шампанських вин, завод ТМ «Французький бульвар», до музею коньячної справи Н.Л. Шустова, центру культури вина Шабо, Українського національного науково-дослідного інституту виноградарства і виноробства ім. В.Є. Таїрова. Подорожі по заснованому в Бессарабії російськими старовірами й українськими козаками історичному місту Вилкове з метою рибної ловлі та збору сунці тощо. Все вищезазначене спонукає до розвитку туризму в цьому регіоні та його переведення на більш високий рівень.



Активно впроваджуються в регіоні сільські та міські тури. Під час сільського туру можна насолоджуватися екологічно чистими продуктами, полювати на звірів, збирати ягоди, овочі та фрукти на фермах, гуляти серед виноградників. На Одещині гастрономічний туризм тільки зароджується – відсутні тури в чистому вигляді, але елементи його доволі яскраві. В Одеській області пропонують тури «Гастрономічна Бессарабія», «Фрумуші-ка-Нова», що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. «Фрумушіка-Нова» являє собою музей народної архітектури та побуту під відкритим небом, туристичний комплекс знаходиться при величезній (напевно, найбільшій в Україні) вівцефермі, де можна побачити не тільки породистих каракульських овець, а й інших домашніх тварин. Етнографічне село являє собою подвір'я семи з численних народів, які населяють Бессарабію – українського, російського, молдавського, болгарського, гагаузького, німецького та єврейського, а маленький музей – сільську начиння 19 століття. Місцева бессарабська кухня відома традиційними молдавськими плациндами, смаженим перцем у манджі та мамалигою, болгарськими стравами з бааранини та баницею, гагаузькими кармою та кивирмою, російською кашею та локшиною, рибними стравами, а також іншими стравами, приготовленими за традиційними рецептами Бессарабії, складниками багатьох із них є бринза, овочі, м'ясо й інші місцеві продукти. Такі багаті столи накриють вам тільки мешканці Бессарабії. Крім зазначених, туроператори регіону пропонують міські тури, які передбачають можливість побачити процес виробництва будь-яких продуктів на фабриках і заводах, скуштувати делікатеси в місцевих ресторанах. Гастрономічні тури, які пропонують в Одесі:

- Meat & Wine Classic – класичне поєдання м'яса, молодого вина, спецій і традиційного одеського колориту;
- Meat & Wine Premium – вища проба в їжі та напоях, майстер-класи кухарів відомих одеських ресторанів та індивідуальний сомельє;
- Odesa & Taste, Odesa & Flavor – літні тури на відкритому повітрі на історично відомому Французькому бульварі.

В Одесі проходить велика кількість фестивалів, в тому числі і гастрономічних. Це:

- « Такі да, смачно » на Одеській кіностудії в квітні
- « Цимес Маркет »



- «Odessa Beer Festival». Крафтового пиво - це гордість Odessa Beer Festival. Десятки літрів пінного напою продегустують в Одесі 20-21 травня.
- «Фестиваль міської їжі». Організатори знайшли ідеальну формулу відпочинку, з'єднавши теплий травневий день, смачну їжу, веселу музику, гамаки і природу.
- «Свято шоколаду». Свято Шоколаду - це дуже смачне захід, присвячений шоколаду, символу любові і позитивних емоцій.
- Фестиваль «Свято Гарбуза». Фестиваль добрих традицій «Свято гарбуза» дозволить гостям зануритися в традиції стародавніх слов'ян і дізнатися нові звичаї.
- «День Святого Миколая». День Святого Миколая в Одесі - сімейний фестиваль добрих традицій, буде відзначатися проведенням передноворічної ярмарки, смачними частуваннями і концертом.
- Фестиваль «Яблучний вікенд». Фестиваль «Яблучний вікенд» - сімейний гастрономічне осіннє свято з яблучним смаком. Вас чекають кулінарні майстер-класи, сімейні естафети, конкурси та анімація для дітей.
- Фестиваль «Кавуновий Рай». Фестиваль сімейного відпочинку «Кавуновий Рай» відбудеться в парку Перемоги біля проспекту Шевченка.
- Фестиваль грузинської культури «GEORGIA fest». Дні Грузинської культури - це свято справжнього смаку українсько-грузинської дружби.
- Фестиваль «Свято Полуниці». Фестиваль «Свято полуниці» - найсмачніший, ароматний і яскравий фестиваль літнього сезону і здорового дозвілля в Одесі!
- Фестиваль Sova Picnic «Збираємо врожай».
- «Масляна в Одесі». Масляна - це старовинне свято проводів зими напередодні настання тепла. Це народні гуляння, що супроводжуються веселими уявленнями і поїданням млинців.
- Виставка-свято «Різдвяна зірка».
- «День помідора». Під час гастрономічного фестивалю «День помідора» ви зможете по достоїнству оцінити смак вирощених в Одеській області помідорів, знаменитих своєю різноманітністю і смаком.
- Етнічний фестиваль «Вінок Дунаю». Етнічний фестиваль "Вінок Дунаю" - це ярмарок-презентація народної творчості, культурного потенціалу та етнічних традицій України і Одеського регіону.



Фестиваль авторського вина «Живе вино України». 7-й Фестиваль авторської вина «Живе вино України» пройде в передмісті Одеси (смт. Таїрове) в "Інституті виноградарства і виноробства ім. Таїрова".

На підставі узагальнення результатів виявлено, що південь Одещини, а саме Бессарабія, має величезний потенціал як об'єкт гастрономічного туризму. Сприятливими факторами є мультинаціональність регіону, наявність ресурсної бази, розвинена інфраструктура, розвиток сільського господарства. Болгарські смачні страви, солодощі турецького походження, українські солонощі, гострота гагаузьких страв, запеченні страви російської кухні, молдавські мамалига та різноманіття фруктів і овочів, чудова їжа та прекрасна природа – основні переваги Одещини.

- Список використаних джерел:**
1. Одеська кухня [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://museum-literature.odessa.ua/pbasic/lru/tb2/tb3/id173>
 2. Книги про готельний бізнес і туризм в Одесі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://odessa.prom.ua/Knigi-po-gostinichnomu-biznesu-turizmu.html>
 3. Armesto Lopez, X. A., Gomez Martin, B. Tourism and quality agro-food products: an opportunity for the Spanish countryside. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, – 2006. – V.97 – Is.2 – P. 166– 177.
 4. Chaney S., Ryan C. Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of gastronomic tourism //International Journal of Hospitality Management. – 2012. – T. 31. – №. 2. – P. 309–318.
 5. Hall CM, Mitchell R. Gastronomic tourism //Niche Tourism. – 2013. – P. 73.
 6. Gruia R. et al. Study regarding the stimulation of the mountain development through gastronomic tourism //15th International Conference "Romanian rural tourism in the context of sustainable development: present and prospects", Vatra Dornei, Romania, 23–25 May 2013. – "Gh. Zane" Institute of Economic and Social Research, Iasi Branch of Romanian Academy, 2013. – P. 107–118.
 7. Che D., Wright R., Rae R. Taste paradise: tropical North Queensland as a gastronomic tourism destination. – Applied Geography Conferences, Inc., 2013.
 8. la Torre D. et al. Analysis of the Gastronomic Tourism in the Province of Cordoba //Tourism & Management Studies. – 2012. – №. 8. – P. 78–87.
 9. Romero Contreras AT et al. Turistic and gastronomic heritage as strategy for development at Cuenca Alta of the river Lerma, in Toluca, México //Rosa dos Ventos. – 2012. – T. 4. – №. 3. – P. 397–415.
 10. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур// Філософсь- кі нариси туризму. За ред. проф. Пазенка В.С. – К., 2005. – С. 223–233.
 11. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. НУХТ – 2012. – № 45. – С. 128–132.



O.B. Шикіна, к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ В КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ГОТЕЛЯХ

Кожен готель повинен мати свою унікальну особливість, яка відрізняє його від інших. У роботі розглянуто особливості надання послуг в концептуальних готелях. Проведено порівняльну характеристику послуг в традиційних та концептуальних готелях. Запропоновані ідеї для досягнення індивідуального підходу до кожного клієнта.

Ключові слова: готелі, концептуальні готелі, бутік-готелі, арт-готелі, дизайн готелі.

Each hotel should have its own unique feature that distinguishes it from others. The article deals with the features of providing services in conceptual hotels. A comparative characteristic of services in traditional and conceptual hotels was conducted. Proposed ideas to achieve an individual approach to each client.

Key words: hotels, conceptual hotels, boutique hotels, art hotels, design hotels.

Зупиняючись в бутік і дизайн-готелях, гості очікують повного задоволення їх потреб за рахунок підвищених стандартів обслуговування, підвищеної комфортності номерів і додаткових зручностей.

Так як послуги в готелі поділяються на основні (входять до вартості готелю) та додаткові, проведемо порівняльну характеристику основних послуг в звичайних та концептуальних готелях у табл. 1 [1].

Багато власників готелів роблять помилку, фокусуючись виключно на дизайні інтер'єру, що є недостатнім для забезпечення гарного обслуговування своїх гостей. Хоча, відвідувачі оцінюють різні послуги, надані готелем в процесі їх проживання окремо, остаточне враження про готель є комплексним.

Тому, основовою надання послуги в концептуальному готелі можна вважати орієнтацію на споживача. Гості очікують індивідуального обслуговування, хочуть відчути, що означає зупинитися в унікальному готелі. В іншому випадку вони відправляться в звичний мережевий готель на 100 номерів.



Таблиця 1

Порівняльна характеристика послуг в традиційних та концептуальних готелях

Послуги в традиційних готелях	Послуги в концептуальних готелях	
	Тип готелю	Послуга
доставка в номер кореспонденції;	Готелі за історичним походженням:	- розміщення у будівлях з «історією»; - вивчення історії місцевості.
виклик таксі;	За місцем розташування:	- єднання з природою (підводні, підземні, готелі на деревах); - активний відпочинок.
трансфер;	За індустриальним використанням приміщення:	- екскурсії тематичного напрямку; - залучення до процесу роботи підприємства.
послуги з харчування/бару;	За способом пересування:	- розміщення та подорож одночасно.
організація екскурсій;	За спеціалізованою функцією:	- оренда спеціально обладнаних кімнат перемовин, та конгрес – залів, послуги перекладачів, організація та проведення виставок на території бізнес-готелю; - легальні азартні ігри (казино – готелі); - проведення тематичних майстер класів, святкування локальних свят, заполучення до роботи у сільській місцевості (агроготелі); - спілкування з дикою природою; - екскурсії напрямку «гастрономічний туризм», дегустаційне різноманіття; - перегляд «забороненого кіно», надання повної свободи дій без перешкод, відпочинок у вузькому колі однодумців, тематичні вечірки («Love hotels», ЛГБТ – толерантні готелі).
продаж сувенірів;	Готелі підвищеної комфортності:	- «дотик до прекрасного»; - продаж витворів мистецтва; - проведення концептуальних виставок та вистав.
послуги пральні та хімчистки;	За національним та релігійним походженням:	- вивчення національних звичаїв та обрядів; - участь у релігійних концесіях; - «духовний відпочинок».
замовлення квитків;	Готелі за екстремальними відчуттями:	- проживання у незвичніх умовах; - проведення тематичних екскурсій.
-	Готелі за екоскладово:	- відсутність мережі інтернет та сучасних комунікацій; - проживання у природніх умовах; - послуги з оздоровлення; - єднання з природою;
-	За будівельними матеріалами:	- розміщення в екологічно чистих будівлях.



Щоб домогтися успіху, готель повинен привернути та бути здатним утримати увагу гостя. Тому у словнику сучасного готел’єра з’явився термін «Bay – ефект» (від англ. «WOW- effect»). WOW – ефект – заплановане почуття, яке повинен відчувати споживач будь-якої продукції, послуги. Це інструмент, який не вимагає особливих фінансових вкладень і рекламних проектів, але цей ефект збільшує конверсію і підвищує лояльність клієнтів. Це явище повинно підштовхнути відвідувачів не лише до витрати грошей, а й до запам’ятовування бренду, відвідування сайту, поширення реклами у соціальних мережах і т.д. «WOW-ефект» – ознака високоякісної продуманої концепції [2].

Складові «WOW-ефекту»:

- дружелюбність. Щира посмішка, побажання вдалого дня, привітання зі святами. Увага до гостя завжди сприймається з ентузіазмом;
- ініціатива. Дзвінок до кімнати гостя з метою дізнатися, чи сподобався йому номер, через 10-15 хвилин після його заселення;
- персоніфікація. Зацікавленість у кожному гості та вдало побудована розмова дозволить дізнатися більше про потреби гостей;
- перевершення очікувань. Пропонувати те, що гість потребує, але ще не встиг усвідомити;
- несподіваність. Те, що пропонує готель не повинно бути ні частиною продукту готелю, ні будь-яким чином озвучено заздалегідь.

Важливо відмітити, що для повного розкриття «WOW-ефекту» необхідне застосування усіх структурних підрозділів готелю. Ідеї та приклади впровадження «WOW-ефекту» за структурними підрозділами готелю зображені у табл.2 [3].

Щорічно відкривається величезна кількість нових готелів, але більшість з них є посередніми і втілюють в собі «сірі» стандартні ідеї, через які більшість з них зливаються в загальній масі звичайних готелів. Основна ідея концептуальних готелів – давати своїм гостям не тільки послугу з тимчасового розміщення, але й надихати їх. Диверсифікація додаткових послуг і розширення стандартів обслуговування не встигають за потребами гостей шукати в готелях щось нове, раніше не випробуване.

На сучасному етапі розвитку готельної індустрії важливо вміти перетворювати гостей готелю в послів онлайн-бренду, такий собі інструмент маркетингу і просування готельного продукту. Перебування в готелі має бути настільки оригінальним і захоплюючим, щоб змусити гостей ділитися відео, фотографіями, коментарями і відгуками на



сторінках соціальних мереж (FaceBook, Google+, Instagram, YouTube, Twitter, TripAdvisor).

Таблиця 2
Ідеї для досягнення «WOW-ефекту» за структурними
підрозділами готелю

Назва структурного підрозділу	Приклади можливих «WOW-ефектів»
СПiР	Створення WOW-магазину речей. Проаналізувати запити гостей та скласти список речей, які гості найчастіше запитують в адміністраторів
	Check-out з сюрпризом. Пропонувати від'єджаючим гостям цукерку на вдачу чи печиво - передбачення на майбутнє.
	Wake-up call з сюрпризом. Через 5 хвилин після дзвінка вранці, принести в номер чашику кави або чай на підносі, з побажанням «Бадього дня».
	Невеликі подарунки-сюрпризи / безкоштовне підвищення категорії номеру на ювілейне відвідування готелю.
Служба покойовок	Під час вечірнього сервісу чи прибирання номеру, звертати увагу, з якої сторони ліжка спить гість та готовути номер до сну, відкладати ковдру на ліжку, скласти рушник під ноги і капці саме з цього боку. Це ж стосується переваг гостя щодо користування душовою кабіною або ванною - рушник для ніг можна стелити відповідним чином.
	Сюрприз для маленьких гостей. Покласти до приїзду гостей в дитяче ліжко іграшку.
Служба харчування	WOW-Капучино. Використання трафаретів для малювання різних зображень на молочній пінці капучино.
	Створення чайної суміші гостями готелю власноруч із різноманітних інгредієнтів.

Виходячи з усього перерахованого вище, можна виділити два фундаментальніх підходи для розробки послуги в готелі:

- підхід, заснований на очікуваннях клієнтів, включає в себе демографічні характеристики, думки / відгуки гостей, що проживали, скарги, запити або їх потреби. Цей підхід є базовим;
- підхід, заснований на аналізі самого продукту / послуги, в якому врахована технологія, яка використовується для виробництва послуги, внутрішніх стандартів готелю, використовуваних матеріалів, основних стратегій або політики фірми.

У цілому можна відзначити формування певних тенденцій концептуальних готелів.

Концептуальні готелі – досить нове явище в туристичному бізнесі, проте вони швидко завойовують популярність. Відпочинок в готельному комплексі, який витримано в єдиному незвичайному стилі, залишає куди більше вражень, ніж в стандартному готелі.



Після появи перших арт - готелів туристична індустрія зіткнулась зі створенням нової концептуальної мережі бутік-готелів. Хоча, спочатку бутік - готелі замислювалися як альтернатива однотипним мережним готелям, а їх новий різновид розвивається саме готельними мережами. Основною відмінністю таких готелів стала незвична атмосфера і можливість зробити покупки. Особлива атмосфера, добре продуманий інтер'єр, тільки сміливі та креативні ідеї – все це сучасні бутік-готелі.

Відзначимо експансію бутік-готелів в провінцію. Причиною цього стало розвиток передмість, зростання вартості землі в великих містах і бажання туристів відпочити за межами галасливих багатомільйонних міст [4].

Розвиток концептуальних готелів в Україні йде у декількох напрямках: стилізація «під старовину», екологічний стиль та арт-стиль.

На сьогоднішній день через велику кількість конкурентів на ринку, кожному готелю слід мати свою унікальну особливість, що відрізняє його від інших. Саме з цієї причини готельні оператори створюють готельні бренди, поширюючи ідею концептуального проекту. Незважаючи на наявність публікацій, присвячених розвитку готельного господарства та його тенденціям, досить мало уваги було приділено розвитку концептуальних готелів.

Проаналізовано процес надання послуг в тематичних готелях, що дозволило виділити - обираючи концептуальний готель, гості прагнуть повного задоволення їх потреб за рахунок підвищених стандартів обслуговування, підвищеної комфортності номерів і додаткових зручностей. Порівняльна характеристика послуг в традиційних та концептуальних готелях дала зрозуміти, що основою надання послуг в концептуальних готелях – повна орієнтація на потреби споживача.

Список використаних джерел: 1. Шикіна О. В. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація / О. В. Шикіна, Г. І. Фадесса // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – №6 (11). – С. 207-214. 2. Степанов І.В. Концептуальні готелі: науково-практичні основи функціонування // Сучасні проблеми сервісу та туризму - 2010. - №. - С.38-39. 3. Семенов В. Ф. Поняття і зміст організаційно-економічного забезпечення функціонування готельних підприємств малої місткості / В. Ф. Семенов, С. С. Галасюк, О. В. Шикіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10 (172). - С. 202-212. 4. Литовка А. О. Класифікація інноваційної діяльності туристичного підприємства / А.О. Литовка, О. В. Шикіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – Миколаїв, 2016. – Випуск №14. – С. 416-420.



М.С. Яковишина, ст. викладач

Національний університет водного господарства та
природокористування, Рівне

Д. М. Клімюк, підприємець, власник

Готельно-ресторанний комплекс

«Тунель кохання Tunnel of Love», Клевань

ПЕРСПЕКТИВИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «ТУНЕЛЬ КОХАННЯ TUNNEL OF LOVE» НА РИНКУ ВЕСІЛЬНОГО ТУРИЗМУ

У статті проведений огляд зарубіжного та вітчизняного досвіду організації шлюбних церемоній та романтичних подорожей на ринку весільного туризму. Наведена характеристика етапів проекту готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» та визначено перспективи його розвитку на вітчизняному ринку весільного туризму.

Ключові слова: весільний туризм, туристичний ринок, готельно-ресторанний комплекс, туристична дестинація.

The review of foreign and domestic experience of organizing wedding ceremonies and honeymoon trips in the wedding tourism market was made in the article. The characteristics of the stages of the project of The «Tunel kokhannia Tunnel of Love» Hotel & Restaurant were described, the prospects of its development in the domestic market of wedding tourism was determined.

Key words: wedding tourism, tourist market, hotel and restaurant complex, tourist destination.

Весільний туризм, як окрема концепція туристичних подорожей, набув популярності на початку ХХ століття. Незважаючи на глобальну економічну кризу, на ринку шлюбних подорожей продовжують формуватися прибутки, які мають стійку тенденцію до зростання. Те, що весільний туризм займає значний сегмент світового туристичного ринку, пояснюється бажанням людей отримати спільні незабутні приємні емоції, адже така подія відбувається в основному один раз у житті. До того ж, традиційне весілля вдома передбачає витрати як на організацію церемонії, так і на подорож у медовий місяць. А святкування реєстрації шлюбу в одній з романтичних туристичних дестинацій у підсумку являє собою весілля та медовий місяць практично за ціною лише подорожі у медовий місяць.

Хоча весільні церемонії та медовий місяць молодят з часом стають все більш різноманітними й насиченими авантюрними екзотичними елементами, на даний час найбільший попит має організація весільних



церемоній на узбережжі, де ключовими є відпочинок та розкіш. Так, згідно аналізу світових тенденцій у 2018 році в організації весільних церемоній буде домінувати вінтажний стиль. У подружжі пар особливо популярними будуть течії 1940-х і 1960-х років та класичний старий голлівудський дизайн гламуру, який ніколи не зникне. Популярною тканиною року буде дорогий оксамит [7].

Компанія The Knot Real Wedding у 2017 році провела опитування близько 13 тис. американських молодят і опублікувала звіт, згідно якого щороку американські весілля організовуються у більш, ніж 350 тис. туристичних локацій, з яких 23% складають міжнародні дестинації такі як Кариби та Мексика. Найбільш популярними весільними дестинаціями для американців залишаються Рив'єра Мая (Мексика), Пунта Кана (Домініканська Республіка), Монте-Бей (Ямайка), Канкун (Мексика) і Очо Ріос (Ямайка), відомі своєю природною красою, багатою місцевою культурою та пропозиціями активного відпочинку. Перші позиції у рейтингу зростаючих весільних дестинацій займають Ісла Маєрс (Мексика), Курасао (Кариби), Рів'єра Наяріт (Мексика), Ікстапа (Мексика), Гренада (Кариби). Okрім того, зросли витрати на одного гостя (з 194 доларів у 2009 році до 268 доларів у 2017 році), а кількість запрошених зменшилася (з 149 в 2009 році до 136 в 2017 році). Це дослідження демонструє, що наречені прагнуть створити незабутні емоції не лише собі, а й гостям, використовуючи селфі-станції, музичні вистави, дегустацію та ін. [6].

За інформацією членів Британської асоціації подорожей (ABTA), які спеціалізуються на весілях за кордоном, улюбленими дестинаціями є: Маврикій, Шрі-Ланка, Таїланд та Карибський басейн. На території США популярні шлюбні місця для британських пар – це Нью-Йорк, Гаваї та Лас-Вегас; у Європі – Італія, Франція, Греція та Кіпр. Зростаючими дестинаціями весільного туризму також є Хорватія, Мексика та ОАЕ [4].

В останні роки спостерігається зростання китайського сегменту весільного туризму на світовому ринку. Для прикладу, на грецьких островах Санторіні і Міканос активно розвивається цілорічний туристичний бізнес завдяки нареченим з Південної Кореї та Китаю, а на острові Шрі-Ланка в Коломбо у грудні 2017 року відбулась масова весільна церемонія, у якій взяли участь п'ятдесят китайських пар. Дану церемонію було спільно організовано Міністерством туризму Шрі-Ланки, Міністерством Мегаполісу й Західного розвитку та посольством Китаю в Шрі-Ланці [5].

Зарубіжні весілля для китайських наречених дають чуттєву індивідуальність та свободу, яка часто недоступна вдома. Для



весільної церемонії молодого китайського подружжя високий пріоритет мають соціальні засоби масової інформації, що у свою чергу, сприяє розвитку весільного фототуризму. Звичайно, дуже важливими є позитивні емоції під час весільної церемонії, проте можливість показати друзям та родичам те, як відбувались ці події, для китайських туристів є важливішою. Тому промоція послуг з фотографування у різноманітних унікальних місцях спроможна зробити певну туристичну дестинацію привабливою для китайців та конкурентоспроможною на ринку весільного туризму [5].

В Україні також є багато регіонів, які володіють значним потенціалом для розвитку весільного туризму. Так, Карпатські гори викликають бажання одружитися не лише в українців, а й в іноземців, італійців зокрема. Іноземним туристам у багатьох випадках дешевше привезти людей сюди і переночувати та відвідувати, ніж мати весілля у своїх великих містах. Адже, наприклад, від Ужгорода до Венеції – 10 годин автівкою, до того ж, ці міста поєднують головні європейські автобани. У нас також дешева оренда, проживання та харчування [1].

Варто згадати значний потенціал для розвитку весільного туризму у міста Кам'янець-Подільський: політ на повітряній кулі над могутнім каньйоном, маловнича природа та давня архітектура створюють ідеальні декорації для проведення весільних відеозйомок та фотосесій.

Необхідно зазначити, що організація весілля потребує багато видів послуг, але головними у цьому переліку є послуги сфери туризму та гостинності. Перетворити процедуру реєстрації шлюбу на унікальні незабутні спогади допоможе спеціалізований сервіс та романтична туристична дестинація, які зможуть розвинути весільний туризм у регіоні. На нашу думку, такою локацією у Рівненській області зможе стати готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love» [2].

Це буде концептуальний готельно-ресторанний комплекс, виконаний в арт-стилі з атрактивними додатковими послугами [3]. Концепція даного об'єкту – це святкування весіль, організація романтичних вечорів і освідчень, сімейного відпочинку і прийому туристів з усіх куточків світу. Основними споживачами будуть молодята, закохані пари, туристичні групи, які бажають побачити найромантичніше місце України.

Готельно-ресторанний комплекс «Тунель кохання Tunnel of Love» знаходитьться в смт Клевань біля одноіменної романтичної туристичної локації України. Відкриття даного комплексу заплановано на квітень 2018 року. Він включає: готель, ресторан, літні майданчики, альтанки,



павільон-перон для святкування весіль та інших урочистих подій, дитячі майданчики, піцерію.

Ресторан готелю – це арт-проект. Посеред ресторану в підлозі сформована довга 3,5 метрова ніша з підсвіткою, в яку покладені шпалі і рейки 1908 року, які пофарбовані в золотий колір і присипані білою мармуровою крихтою. Рейки підходять до стіни із цегляною кладкою, на якій акварельними фарбами намальований осінній тунель кохання. За задумом, цей реальний шматочок заливиці ніби плавно переходить у казкову феєрію кольорів на стіні.

Освітлення ресторану – це поєднання двох стилів: вікторіанської Англії та індустріального.

Планується, що офіціанти будуть одягнені у форму, подібну до залізничної форми Англії за мотивами «Східного експресу».

Номери готелю також зроблені із поєднанням індустріального і класичного стилів. Так, у кожному номері є стіна з відновленою довоєнною цегляною кладкою, щоб якнайкраще передати дух епохи. Маленькі розміри кімнат компенсиуються високою стелею, світлими тонами стін.

На 2020 рік заплановано провести реконструкцію ще двох приміщень, що знаходяться на території комплексу. Це буде другий корпус готелю на 60 чоловік і ресторан з великою банкетною залою на 300 чоловік.

Родзинкою даної туристичної дестинації стане павільон-перон для урочистих церемоній, розташований біля залізничної колії навпроти Тунелю кохання. На створення даного перону рівненських проектировників надихнула архітектура львівського залізничного вокзалу, який на своєму віку бачив багато романтичних історій, зустрічей і поцілунків. Потрапляючи на перон, відчуваєш себе десь в маленькому містечку Європи: ковані лавочки, арочні навіси, вигнуті лінії перил, світлові кулі створюють атмосферу романтики. Це місце з європейським шармом стане інтернаціональною оазою любові.

Організатор проекту готельно-ресторанного комплексу сподівається на те, що гостями будуть не лише українські молодята, а й іноземні нареченні (значну увагу зосереджено на китайський ринок). Тому тематика проведення весільних церемоній буде враховувати національні особливості як українських, так і закордонних туристів, їх традиції і вподобання.

Основним мотивом до створення готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of Love» було бажання на загальному фоні існуючих туристичних дестинацій виділити Україну, як крайні, де може відбутися одна з найважливіших подій в житті кожної людини –



одруження, і, щоб згадка про Рівненщину викликала у мандрівників відчуття щастя, радості, приязні та любові один до одного.

Ключовим моментом у організації весільних турів у даний готельно-ресторанний комплекс є створення можливості на його базі скористатись послугою «Шлюб за добу», що є дуже актуальним для іноземних туристів і молодят з інших міст, які б хотіли розписатись в найромантичнішому місці України. Для цього потрібна правова підтримка і плідна співпраця з Управлінням юстиції та Рівненським міським відділом державної реєстрації актів цивільного стану.

Отже, з метою розвитку внутрішнього та міжнародного туризму необхідно розширювати його ринок шляхом поєднання з іншими галузевими ринками (наприклад: весільним бізнесом та ін.). За умови розумного маркетингового підходу, Україна зможе стати весільною Меккою для молодят, що згенерує значні фінансові надходження у місцевий та державний бюджети.

Список використаних джерел: 1. На Закарпатті набирає популярності «весільний туризм» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zak.depo.ua/ukr/zak-na-zakarpatti-nabiraye-populyarnosti-vesilniy-turiz> 2. Одружитися в «Тунелі кохання» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://cultura.rv.ua/?p=7743>. 3. Шикіна О. В. Теоретичні основи діяльності концептуальних готелів та їх класифікація / О. В. Шикіна, Г. І. Фадеєва // Східна Європа: Економіка, бізнес та управління. – Випуск 6 (11). – 2017. – С.212-219. 4. ABTA Travel with confidence [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://abta.com> 5.Chinese Wedding Tourism Isn't About Weddings [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://jingtravel.com/chinese-wedding-tourism/> 6. Destination Weddings Report Details 2017 Trends and Statistics [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.weddingmarketnews.com/destination-weddings-report-details-2017-trends-and-statistics> / 7. The 2018 International Wedding Trend Report [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.weddingacademyglobal.com/trend-report/>



8. ПРИРОДНО-ТУРИСТИЧНІ ВІДНОВЛЮЮЩІСТІ І РЕСурсИ ІНФРАСТРУКТУРНЕ ТА ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

УДК 379.85

Л.С. Безручко, к.геогр.н., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ СКОЛОВСЬКОГО РАЙОНУ: СУЧASНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Досліджено засоби розміщення Сколівського району Львівської області. Охарактеризовано їх територіальний розподіл та видову диференціацію. Визначено особливості функціонування готельного господарства у гірських туристичних районах.

Ключові слова: засоби розміщення, Сколівський район.

Accommodation facilities in Skole district Lviv region are investigated. Their territorial distribution and differentiation are described. The features of functioning of hotel economy in mountain tourist districts arecertained.

Keywords: facilities accommodation, Skole district.

Багатство природно-туристичних ресурсів Сколівського району сприяло утвердженню його як туристичного лідера Львівщини. Інтенсивний розвиток туризму у районі вимагає потужної мережі засобів розміщення. Туристична специфіка району сформувала особливий розподіл у засобах розміщення, визначивши провідне місце за базами відпочинку та турбазами. Проте у 90-х роках минулого століття спостерігався занепад цієї категорії, що позначилось на якості надання послуг у цих закладах. Початок ХХІ ст. характеризувався різкою розбудовою готельно-відпочинкових комплексів у межах району, а також інтенсифікації розвитку сільського зеленого туризму.

Згідно даних Управління туризму та курортів Львівської обласної адміністрації у межах району налічується 73 засоби розміщення. Серед них: 37 готелів, 33 баз відпочинку та турбаз, 2 туристичних комплекси та 1 пансіонат[2; 3].

Ще однією категорією засобів розміщення, яка інтенсивно розвивається у районі є агрооселі. Сьогодні, у зв'язку із відсутністю офіційної статистики щодо цих об'єктів, немає точних даних про їх кількість у районі. Згідно досліджені Кучинської І.В., внаслідок аналізу рекламних сайтів визначено, що станом на 2015 рік у районі функціонувало 282 агрооселі, місткістю 4080 місць [1]. Зазначимо, що



Сколівщина сьогодні є безсумнівним лідером за кількістю агроосель (рис. 1).

Загалом у районі знаходиться 355 засобів розміщення, серед яких основну частку становлять агрооселі. Домінування сільських садиб серед інших засобів розміщення спостерігається і у місткості, адже у готельних закладах є 1202 місця, а баз відпочинку – 773, що сукупно становить менше половини місткості закладів сільського зеленого туризму.

Територіально засоби розміщення району тяжіють до основних гірськолижних центрів: Славське, Плав'є, Волосянка та Орявчик. На їх розташування також впливає близькість до міжнародної траси Київ – Чоп.

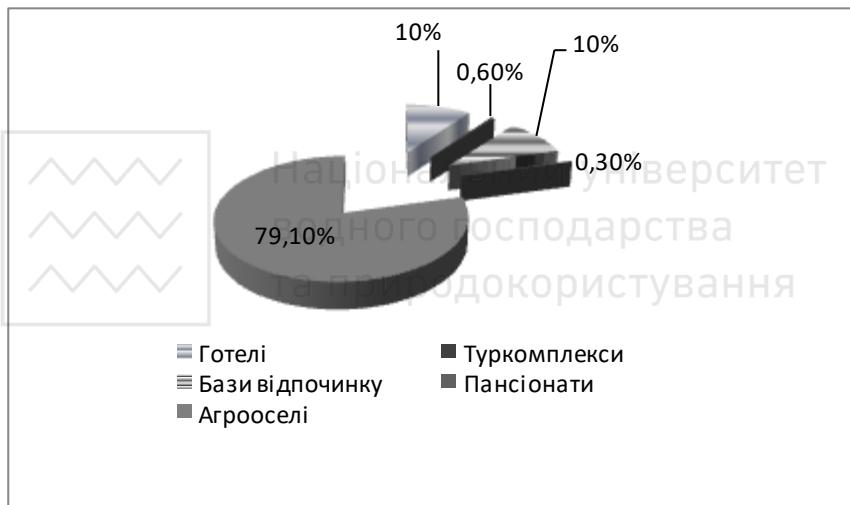


Рис. 1. Розподіл різних засобів розміщення Сколівщини за кількістю

З-поміж 56 населених пунктів Сколівщини засоби розміщення функціонують у 26, проте, таке широке територіальне представлення цих об'єктів за рахунок агроосель, які у незначній кількості функціонують у більшості сіл району. Готелі та відпочинкові заклади діють тільки у 10 населених пунктах, які традиційно освоюються туристами (таблиця 1).

Домінуючим за кількістю закладів розміщення є смт. Славське (191), що пов'язане із розташуванням тут чотирьох гірськолижних комплексів (Тростян, Погар, Менчіл, Кремінь), які активно освоюються туристами. Сьогодні функціонування туризму тут є одним



із основних джерел наповнення бюджету. Враховуючи створення Славської об'єднаної громади (Славське, Волосянка, Либохора та Н. Рожанка), яка зосередить у своїх межах 64 % усіх засобів розміщення району, можна сказати про домінуюче значення цієї частини району в економічному розвитку Сколівщини.

Таблиця 1

Розподіл закладів розміщення по населених пунктах району(за даними ЛОДА)

Назва населеного пункту	Готелі	Бази відпочинку	Туркомплекси	Пансіонати	Агрооселі	Усього
м. Сколе	3	1	-	-	26	30
с. Волосянка	5	-	-	-	25	30
смт. Славське	21	11	2	1	156	191
с. Н. Рожанка	2	1	-	-	4	7
с. Орявчик	3	3	-	-	16	22
с. Орів	1	-	-	-	2	3
с. Гребенів	1	8	-	-	5	14
с. Хацьованя	1	-	-	-	-	1
с. Межиброди	-	5	-	-	1	6
с. Коростів	-	4	-	-	2	6
с. Плав'я	-	-	-	-	10	10
с. Тухолька					8	8
с. Нагірне					1	1
с. Урич					2	2
с. Долинівка					1	1
с. Ялинкувате					4	4
с. Риків					2	2
с. Корчин					2	2
с. Мита					3	3
с. Кам'янка					2	2
с. Либохора					1	1
смт. Верхнє Синовидне					2	2
с. Козьова					4	4
с. Дубина					2	2
с. Підгородці					1	1
Всього	37	33	2	1	282	355

Другим ядром сконцентрованих засобів розміщення є м. Сколе з прилеглими поселеннями, які орієнтуються на транзитних відвідувачів.

Третім туристичним ядром є с. Орявчик із навколоишніми селами, які орієнтуються на діяльність гірськолижних комплексів «Тисовець» та «Звенів», тут функціонує 29 засобів розміщення. Також уваги



заслуговує с. Плав'я з прилеглими поселеннями, які містять 23 об'єкти гостинності.

Строкатим є розподіл готелів району за зірковістю, адже, тільки два відносяться до категорії 4 зірки: готельно-відпочинковий комплекс «Вежа Ведмежа» та готельний комплекс «Терем». Дев'ять готелів позиціонуються, як трохи зіркові та один однозірковий, інші готелі без категорії.

Загалом аналіз засобів розміщення району, дозволяє виділити такі особливості їх функціонування:

- зосередженість навколо основних туристичних центрів;
- з-поміж засобів розміщення домінування агроосель, які часто перебувають у тіні;
- присутність бойківських традицій у стилі забудови (традиційні дерев'яні будівлі) та технології обслуговування;
- наявність широкого спектру відпочинково-оздоровчих та туристичних послуг;
- широко представлено у готелях пункти прокату спортивного інвентарю, а деякі великі комплекси мають і власні підйомники тощо.

Сьогодні у межах району вирізняються засоби розміщення, які є лідерами за кількістю та оригінальністю послуг, що пропонуються, серед яких: «Перлина Карпат», «Христина», «Лагуна», «Берлога», «Вежа Ведмежа», «Три брати» та ін. Тому доцільним є освоєння їх досвіду іншими готелями.

Суттєвим поштовхом до розбудови засобів розміщення Сколівщини може стати будівництво нового гірськолижного комплексу, що задекларовано компанією «Галнафтогаз». Планується збудувати більше 75 км. гірськолижних трас та інвестувати 500 млн. євро. Сьогодні вже взято в довгострокову оренду землі в околиці сіл Нижня та Верхня Рожанка [4]. Такий комплекс дозволить ще більше освоїти сферою гостинності Славську ОТГ.

Активізації розбудови засобів розміщення потребують Тисовецький напрям, зокрема с. Мита та Росохач, що дозволить пришвидшити розвиток туризму на більшій території району.

Існує потреба також активізації діяльності сфери гостинності у м. Сколе, цьому може посприяти відновлення спадщини баронів Гределів та реставрація їх сімейного палацу.

Загалом Сколівщина є лідером за кількістю засобів розміщення у межах Львівської області. Готельне господарство району концентрується у основних туристичних центрах, а також вздовж міжнародної траси Київ-Чоп. Варто відмітити перспективи розбудови



готелів району, враховуючи можливість будівництва нового великого гірсько-лижного комплексу у межах Славської ОТГ. Відмітимо потребу активізації діяльності засобів розміщення у Тисовецькому напрямку, а також у районному центрі.

Список використаних джерел: 1. Кучинська І.В.Сільський туризм на Львівщині у контексті сталого розвитку регіону: сучасні стан, особливості та шляхи оптимізації / І.В. Кучинська, Ю.Р. Бойко //«Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку» : [Текст] : Зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛІЕТ, 2016. – С. 252-262. 2. Управління туризму та курортів Львівської обласної адміністрації [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://loda.gov.ua/upravlinnya_turyzmu_ta_kurortiv. 3. Офіційний сайт Сколівської Районної державної адміністрації [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://skole-region.org.ua/>. 4. Переплюнту «Буковель» [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://zaxid.net/pereplyunuti_bukovel_n1436291





B.I. Тодоров, к.геогр.н., доцент

Ізмайлівський державний гуманітарний університет

B.A. Хомутов, викладач

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

ТЕРИТОРІАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИХ ТА ГОТЕЛЬНИХ КОМПЛЕКСІВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ

Розглядаються суспільно-географічні аспекти розвитку системи засобів розміщення туристів в Одеській області. Аналізується забезпеченість готельних та санаторно-курортних комплексів основними інфраструктурними компонентами.

Ключові слова: Одеська область, туристично-рекреаційне господарство, санаторно-курортні заклади, готельні комплекси, туристична інфраструктура.

We consider the social and geographical aspects of system development of tourism accommodation in the Odessa region. The provision of hospitality and spa resorts key infrastructure components.

Key words: Odessa Region, tourist and recreational facilities, sanatorium-and-spa institutions, hotel complexes, tourism infrastructure.

Україна має багато в чому унікальні природні та історико-культурні рекреаційні ресурси. Однак існують чинники, які значно гальмують розвиток рекреаційної діяльності. Одним з ключових є сучасний стан санаторно-курортних закладів, готельних комплексів та інших засобів розміщення. Мова іде не тільки про якість обслуговування, але і про стан самої інфраструктури. Не є виключенням з цього правила і Одеська область.

Вимоги населення до якості різних послуг, що вони отримують, постійно збільшуються. Методичні схеми аналізу санаторно-курортних та готельних комплексів достатньо добре розроблені. Серед основних їх положень необхідно відзначити виявлення особливостей просторової організації зони відпочинку в системі розселення та відповідність засобів розміщення та місць харчування останнім міжнародним вимогам. Також не менше значення мають наявність умов для надання послуг з фізичної культури та спорту, функціональні та медичні напрями лікування та оздоровлення, специфіка проведення дозвілля тощо.



Мета даної статті полягає у виявленні сучасних особливостей територіальної організації санаторно-курортних та готельних комплексів Одеської області.

За основними показниками діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів Одеська область посідає друге місце серед регіонів України після АР Крим. Її частка у загальній кількості таких закладів становить 14,1 %, а за кількістю оздоровлених — 8,9 %. За кількістю дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, які працюють влітку Одеська область займає перше місце серед регіонів країни: 1073 заклади (2010 р.), що становить 6,2 % їх загальної кількості в Україні, а за кількістю місць посідає п'яте місце (12,8 тис. місць або 6,5 % від загальнов Українського показника). За кількістю готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеська область посідає лише сьоме місце серед інших областей (80 закладів, або 4,8 % їх загальної кількості у країні).

Статистичні матеріали свідчать, що в 2014/15 р. (з 2002 р. звітність охоплює період з 1 жовтня по 30 жовтня) в регіоні нараховували 428 санаторно-курортні та оздоровчі заклади, що на 3 одиниці більше ніж роком раніше. В 6 адміністративних одиницях концентруються 402 лікувально-оздоровчих заклади, що складає 93,9% від їх загальної кількості в обласному регіоні. Більше чверті господарських суб'єктів цього профілю знаходяться в межах поселень Білгород-Дністровської міської ради (127 одиниць, або 29,7% від загальної чисельності в обласному регіоні). Відзначимо, що до складу цієї адміністративної одиниці окрім міста Білгород-Дністровський входять курортні селища Затока та Сергіївка. Далі ідуть Татарбуровський (18,7%) та Кілійський райони (17,5%). Це при тому, що в адміністративній одиниці вказаної другою офіційно немає жодної курортної території державного значення (табл. 1).

Найбільшими темпами зростає кількість закладів лікувально-оздоровчого господарства в Кілійському районі. За 10 років тут з'явилися 46 нових санаторно-курортних та оздоровчих закладів. І навпаки, найбільше скорочення спостерігається в місті Одеса (41,8% - з 55 до 32).

Аналіз кількості ліжко-місць у санаторно-курортних закладах дає дещо іншу просторову картину. При збереженні лідеруючих позицій поселень, що входять до складу Білгород-Дністровської міської ради (82221 ліжко або 30,0%), друге місце займає обласний центр (67980 або 24,8%). До п'ятірки найкращих також входять Овідіопольський, Кілійський та Татарбунарський райони.



В південно-західній частині Одеської області склалася парадоксальна ситуація. Не дивлячись на наявність унікальних рекреаційних ресурсів тут дуже мало санаторійних закладів. В селище Затока функціонують два санаторія (Золоті піски та Затока). Вони спеціалізуються на лікуванні системи кровообігу, нервової системи та органів дихання. В селище Сергіївка їх сім (Патрія, Золота Нива, Горизонт, Вікторія, Сергія Лазо; дитячі – Сперанца, Сергіївка). Тут лікують серцево-судинну систему, опорно-рухової апарат, жіночі хвороби тощо.

Таблиця 1

Санаторно-курортні і оздоровчі заклади* [1]

Адміністративні одиниці	Кількість закладів, один					Динаміка кількості закладів, %				
	2000	2004 /05	2008 /09	2009 /10	2014 /15	2004 /05 до 2000	2008 /09 до 200	2009 /10 до 2008 /09	2014 /15 до 2009 /10	2014 /15 до 2000
Одеська область	338	368	434	425	428	108,9	117,9	117,9	100,7	126,6
Міста обласного підпорядкування										
м. Одеса	55	45	40	39	32	81,8	88,9	97,5	82,1	58,2
Білгород-Дністровська міська рада	106	113	115	119	127	106,6	101,8	103,5	106,7	119,8
м. Чорноморськ	5	4	4	4	4	80,0	100,0	100,0	100,0	80,0
м. Южне	1	1	1	2	2	100,0	100,0	200,0	100,0	200,0
Адміністративні райони										
Білгород-Дністровський	3	5	15	14	14	166,7	300,0	93,3	100,0	466,7
Біляївський	1	1	1	1	1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ізмаїльський	-	-	4	4	4	-	400,0	100,0	100,0	400,0
Кілійський	29	58	68	73	75	200,0	117,2	107,4	102,7	258,6
Лиманський	13	21	37	35	32	161,5	176,2	94,6	91,4	246,2
Овідопольський	18	24	51	51	56	133,3	212,5	100,0	109,8	311,1
Савранський	1	1	1	1	1	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Татарбунарський	106	95	97	82	80	89,6	102,1	84,5	97,6	75,5

* з 2002 року звітність подається за 12 місяців з 1 жовтня по 30 вересня

У розвитку рекреаційного комплексу регіону є низка складних проблем. По-перше, внаслідок погіршення екологічної ситуації спостерігається постійна втрата рекреаційної цінності території. По-друге, необхідна реконструкція існуючої рекреаційної інфраструктури, а також підвищення якості обслуговування відпочиваючих та туристів. По-третє, значна частина діючих рекреаційних закладів лікувально-



оздоровчого типу розташована вздовж узбережжя хаотично, без відповідного інженерного забезпечення і благоустрою, що збільшує негативний антропогенний вплив на пляжі та прибережну акваторію лиманів та Чорного моря.

Готельне господарство України зараз доволі інтенсивно розвивається. Наявність вільних ніш дає можливість іноземним операторам вільно почуватися на цьому ринку. За даними Держадміністрації туризму, на туристичну індустрію в нашій державі працюють близько 1300 готелів різної цінової категорії (в Києві - більше 100). Це свідчить про можливості для стрімкого розвитку індустрії. Наведемо наступний приклад. Забезпеченість готельними номерами в Києві складає 7 місць, в той час як в інших європейських столицях цей показник значно вище (Париж – 38, Вена - 25) [2].

В Одеській області в 2011 році функціонувало 217 підприємств готельного господарства. За останній рік їх кількість збільшилась на 136 одиниць, або на 268%. Безумовно така кількість нових готельних комплексів не була здана в експлуатацію за один рік. В пострадянський період будівництво нових готелів різних категорій здійснювалося головним чином в Одесі та деяких містах обласного підпорядкування (Чорноморськ, Южне тощо).

При цьому більша частина місць для тимчасового проживання знаходиться в місті Одеса (136 одиниць або 62,7%). Слід також відзначити Овідіопольський район з 21 закладом цього типу. Показники більшості інших адміністративних одиниць обласного регіону коливаються від 1 до 3. Тільки Білгород-Дністровська та Чорноморська міські ради і Білгород-Дністровський, Болградський та Кілійський райони вирізняються більшою кількістю закладів (до 7).

Однак наявні підприємства готельного господарства практично не обладнані найбільш необхідними інфраструктурними компонентами. Виключення складають засоби тимчасового розміщення, що знаходяться в обласному центрі. В місті Білгород-Дністровський, селищах Затока та Сергіївка склалася катастрофічна ситуація. В 2011 році згідно офіційної статистики там працювала 1 автостоянка, 1 заклад громадського харчування, 1 сауна або пральня та зовсім не було закладів торгівлі. Таки цифри викликають у кращому разі подив. В купально-пляжний сезон в Затоці практично в кожному закладі їх відкривають по декілька.

Коефіцієнт використання місткості готелів та інших місць для тимчасового проживання тут не зовсім відображає реальну ситуацію, щодо економічної ефективності діяльності в сфері готельного господарства. В сільських районах готелі (переважно колишні будинки



колгоспника) знаходяться в їх центрах і є абсолютними монополістами на ринку. Так, найкращими відповідним показником вирізняються Саратський (0,34) та Ренійський райони (0,32).

Коефіцієнт використання місткості готелів та інших місць для тимчасового проживання Одеси, якій дорівнює 0,21, є наслідком значного розшарування готельних комплексів за місцеположенням та категоріями.

Сучасні готельні підприємства в Україні характеризуються типовою структурою послуг, низькою спеціалізацією. Поряд з традиційними повно сервісними готелями необхідно створювати підприємства з вузьким спектром послуг, зорієнтованих на обслуговування визначеної категорії туристів. В туристичних центрах, в тому числі і на Одещині, необхідно створювати підприємства з чіткою спеціалізацією на спортивно-оздоровчому, конгресовому туризмі та іншими видами туризму [3].

Дослідження територіальної організації санаторно-курортних та готельних комплексів дало можливість зробити наступні висновки і рекомендації. За роки незалежності України відбуваються зміни в картиці територіальної організації санаторно-курортних та оздоровчих закладів Одеської області. З одного боку значними темпами збільшується кількість лікувально-оздоровчих закладів в південно-західній частині обласного регіону, а з іншого – зменшується насамперед в місті Одеса. Слабкий розвиток лікувально-оздоровчого туризму в межиріччі Дунаю та Дністра в радянський період історії особливим прикордонним статусом більшої частини території. Саме тому будівництво тут санаторно-курортних та оздоровчих закладах почалося тільки в останньому десятилітті ХХ століття.

В обласному регіоні простежується значна територіальна диференціація адміністративних одиниць за рівнем розвитку санаторно-курортних та оздоровчих закладів, готелів та інших місць для тимчасового проживання. Провідні позиції займає місто Одеса та сусідні адміністративні одиниці. Найгірші позиції у північних районах обласного регіону.

Список використаних джерел: 1. Міста та райони Одеської області за 2015 рік: Статистичний збірник / Державна служба статистики України Головне управління статистики в Одеській області; За ред. Т.В. Копилової. – Одеса: Астропrint, 2015. – 291 с.; 2. Международные гостиничные сети в Украине [Электронный ресурс]. - Украинский туризм. - 2005. - №5. - Режим доступа: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hotel-chains/>. 3. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. // М.П. Мальська, І.Г. Пундяк – К.: Центр учебової літератури, 2012. – 472 с.



Е.І. Юхो, студент,

А.Д. Панько, к. истор. н., доцент

Брест, БрГУ імені А.С. Пушкіна, Білорусь

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НЕСВИЖСКОГО РАЙОНА

В статье рассмотрены туристские возможности Несвижского района, определены проблемы, препятствующие развитию туризма, а также определены пути возможного их решения.

Ключевые слова: Несвиж, туристический потенциал, инфраструктура

The article considers the tourist opportunities of the Nesvizh region, identifies the problems that impede the development of tourism, and also determines the ways of their possible solution.

Key words: Nesvizh, tourism potential, infrastructure

В Республике Беларусь туризму уделяется большое внимание, создаются благоприятные условия для развития туризма. Реализуется ряд госпрограмм, в которых предусмотрены меры и средства по созданию современной инфраструктуры туризма в различных регионах страны. В настоящее время в стране реализуется государственная программа «Беларусь гостеприимная» на 2016-2020 годы, направленная на формирование и развитие современного конкурентоспособного туристического комплекса, увеличение вклада туризма в развитие национальной экономики [3].

В данной статье рассматривается туристический потенциал одного из наиболее интересных регионов Беларуси – Несвижского района.

Район расположен на юго-западе Минской области, и имеет выгодное географическое положение. Расстояние от Минска до Несвижа составляет 95 км. Через границы Несвижского района проходит основная автомобильная дорога Беларуси М1/E30 Брест – Минск – граница РФ, Р2/Е 85 Столбцы – Ивацевичи – Кобрин, Р11 Поречаны (от М6) – Новогрудок – Несвиж, Р12 Несвиж – Клецк, Р54 Першаи – Ивенец – Столбцы – Несвиж, Р91 Осиповичи – Барановичи; подъезд к Р11 (Рудовка). Наличие дорог дает возможность легко добраться до районного центра или населенных пунктов района. Развито автобусное сообщение. В пределах небольшого расстояния от Несвижа находятся знаменитые исторические объекты Беларуси, которые можно включить в совместный маршрут.



Во всем мире сельский туризм, или агротуризм является популярным направлением в сфере загородного отдыха и досуга. Для Республики Беларусь очень важным является всестороннее развитие данного вида туризма. В Несвижском районе имеются 33 базы агроэкотуризма и отдыха. В 2014-2016 ОАО «Белагропромбанк» выделил субъектам агроэкотуризма на реализацию проектов в сфере агроэкотуризма 1 млрд. 500 млн. неденоминированных рублей [5].

Популярностью у туристов пользуются усадьбы «Несвижская», «Нясвіжскі маёнтак», «Нясвіжскія вытокі», «У Леоніда»; спортивно-оздоровительная база д. Завитаябаза отдыха «Плещевичи». Самая популярная «Нясвіжскія вытокі». Усадьба расположена в пяти километрах от г. Несвижа вблизи д. Качановичи, помимо проживания и организации и проведения различных мероприятий, туристам предлагают катание на лошадях, экскурсии, пейнтбол, велопрогулки, прогулки в лес за грибами и ягодами, ловля рыбы. Усадьба имеет свой собственный сайт, где можно ознакомиться с услугами и ценами, доступно бронирование, как по телефону, так и онлайн [2].

К сожалению, в районе существует проблема с размещением туристов. Несвиж может предоставить для ночлега лишь три гостиницы, одна из которых не удовлетворяет потребностям взыскательных клиентов. Туристы останавливаются также в пригородной гостинице «Фальварок» в г.п. Городея, рассчитанной на 36 мест. Остальные туристы предпочитают агроусадьбы, или же вовсе не задерживаются на ночлег.

На территории района расположен автокемпер «Радзивилловский» на территории турбазы «Солнышко», в пределах города. Инфраструктура объекта: охраняемая стоянка на 5 машин, подключение к электроэнергии, возможность пополнения водой, слия биокапсулы, на территории стоянки находится турбаза с проживанием на 36 мест с кухней, душевыми кабинами, санузлами. Установлен информационный щит и указатель направления движения к объекту.

Несвижский район богат на объекты историко-культурного наследия. В Несвиже находится памятник Всемирного наследия ЮНЕСКО «Несвижский дворцово-парковый ансамбль», памятники республиканского значения Ратуша, Фарный костел, монастырь Бенедиктинок, Слуцкие ворота. Объекты входят в состав «Национального музея-заповедника «Несвиж», пользуются популярностью у туристов. Ежегодно музей-заповедник посещают более 400 тысяч туристов в год. Музей предлагает различные экскурсионные маршруты по городу, дворцовому ансамблю и городской ратуше. [4].



Ко всем туристическим объектам в г. Несвиже установлены указатели, имеются информационные щиты об объектах туристической индустрии. При подъезде к городу на билбордах размещены карты-схемы расположения туристических и спортивных объектов.

В Несвижском районе расположены памятники археологии (городища в д.Аношки и д.Качановичи), культового зодчества, усадебные комплексы (усадебный комплекс XIXв. в д. Великая Липа, усадебно-парковый комплекс XVIII в. в д. Заушье, усадебный дом XIX в. в д. Горный Снов, усадьба в д.Наручевичи, дворцово-парковый ансамбль 1827 г. В д.Снов). В настоящее время не все объекты используются в сфере туризма, усадебные комплексы постепенно разрушаются. Туристы, посещающие город слабо информированы о наличие данных объектов. Так как отсутствует реклама данных туристических объектов, наличие печатных информационных материалов, плохая транспортная доступность к объектам историко-культурного наследия [1, С.572-584].

Имеющиеся усадьбы в районе представляют историко-культурный интерес, так как на протяжении веков являлись неотъемлемой частью истории и культуры Беларуси. К сожалению, на реставрацию таких объектов не хватает средств. А приостановление реставрационных работ наносит зданиям еще больший вред (Полонечка, Высокое, Ястребель, Сычи и др.). Сохранившиеся в районе усадьбы можно использовать как культурно-туристские объекты. Восстановленные усадебные комплексы могут иметь как узкую направленность, например, обучать туристов верховой езде, традиционным ремеслам, кулинарии и др., или быть магнитами. Усадьбы, которые находятся вблизи города и главных дорог можно использовать для кратковременного пребывания туристов (ночлег, питание).

Однако, для восстановления усадебных комплексов необходимо привлечение инвестиций, в том числе и зарубежных либо сдача данных объектов в аренду.

Туристско-экскурсионные услуги в Несвижском районе оказывают четыре организации: Национальный историко-культурный музей-заповедник «Несвиж», коммунальное унитарное предприятие по оказанию услуг «Несвижский зеленстрой» (в составе которого работает туристический отдел), детское экскурсионное бюро на базе ГУДО «Центр детского творчества Несвижского района» и автомобильный парк №8 г. Несвижа.

Несмотря на наличие разнообразных экскурсионных ресурсов, основной поток туристов в качестве основной цели поездки выбирает



посещение музея-заповедника «Несвиж». Это связано с высоким уровнем обслуживания; продвижением музея-заповедника «Несвиж» не только на отечественном, но и на мировом туристическом рынке; доступностью информации о широком перечне предоставляемых услуг; имиджем музея-заповедника. Также влияет удаленное расположение экскурсионного бюро от основных туристических объектов, отсутствие личного сайта, где представлен перечень основных экскурсионных услуг Несвижского зеленстроя и детского экскурсионного бюро, оказание туристических услуг в первую очередь для школьных групп, отсутствие конкурентного туристического продукта, со стороны экскурсионных организаций города Несвижа. Стоит острая необходимость в вовлечении в экскурсионный оборот объектов показа на территории района.

Перспективным направление для развития туризма в Несвиже может стать мототуризм, который в Беларуси с каждым годом становится более популярным. В Беларуси проводится более 20 мотофестивалей. В Несвиже возможно проведение эндуро-фестиваля, так как имеются все необходимые условия. Наличие мотодрома в черте города, на котором имеется асфальтирования площадка для стантраеров и траса для эндурных элементов. В качестве сопутствующей инфраструктуры можно назвать площадку для палаточного городка участников фестиваля и объектов питания.

Развитие дестинации во многом зависит от ее продвижения. Необходима разработка комплексной стратегии рекламы туристических возможностей не только музея-заповедника, но и всего района.

Список использованных источников: 1. Абламскі, В.Я. Дзяржаўны спіс гісторыка-культурных каштоўнасцей Рэспублікі Беларусь / склад. В.Я. Абламскі, І.М. Чарняўскі, Ю.А. Барысюк. – Мінск : БЕЛТА, 2009. – 684 с.: іл.
2. Официальный сайт агроусадьбы «Нясвижская вытоки»[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vitoki.by/>. – Дата доступа: 09.02.2018.
3. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://president.gov.by/pda/ru/>.
4. Официальный сайт Министерства спорта и туризма РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mst.by/ru/agroturizm-ru>. – Дата доступа: 09.02.2018. 5. Официальный сайт Несвижского РИК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://nesvizh.edu.minskregion.by/index.php?articleId=12047&blogId=3&op=ViewArticle>. – Дата доступа: 09.02.2018.



9. ОСВІТА ТА КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕР ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

УДК 378:658.3

*А.Д. Калько, д.геогр.н., професор,
Т.С. Глущкова, к.е.н., доцент*

ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»

ДО АСПЕКТІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

У статті розглянуті основні засоби професійної та практичної підготовки під час навчання фахівців за напрямом 242 «Туризм». Метою освітніх програм вищих навчальних закладів є покращення зв'язку майбутнього робочого місця з компетенціями випускника та забезпечення його професійних та практичних навичок.

Ключові слова: туристична освіта, професійна підготовка, практична підготовка, студентське туристичне бюро.

The article describes the basic means of vocational and practical training, when pursuing a specialist's degree in 242 «Tourism». The purpose of educational programs of higher educational establishments is to improve the connection between the future working place with graduate competences and provision of his professional and practical skills.

Key words: tourist education, vocational training, practical training, student tourist bureau.

На сьогоднішній день є цілком очевидним, що попит на отримання професійної підготовки для туристичної галузі постійно зростає. Організований маркетинг попиту на ринку праці дозволяє освітнім установам оперативно реагувати і вносити відповідні зміни до змісту професійної підготовки. Відомо, що вторинними споживачами послуг ВНЗ є роботодавці, які надають випускникам робоче місце, де вони застосовують отримані знання, вміння, компетенції, реалізують себе як фахівці (майстри своєї справи). Організації, що приймають на роботу випускників ВНЗ, висувають певні вимоги до якості їхньої підготовки. Це знаходить відображення в конкретних заявках із зазначенням кваліфікаційних вимог до майбутніх працівників, а також у тому, що керівники підприємств та представники роботодавців беруть участь у підсумковій атестації випускників.

Роботодавці через деякий проміжок часу мають можливість об'єктивно оцінити якість випускників за їхнім умінням кваліфіковано



виконувати свої професійні обов'язки та здійснювати своє професійне зростання [1, с. 18].

Найбільш поширеними є засоби професійної та практичної підготовки фахівців туристичної сфери в організації навчального процесу та впровадженні нових освітніх технологій, профілізація і спеціалізація. Освоєння та впровадження засобів у вузі дозволить посилити конкуренцію, збільшити кількість споживачів, попит та пропозиції на даний освітній продукт і послуги [2].

У Приватному вищому навчальному закладі «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» вперше у 2004 році започатковано підготовку бакалаврів за напрямом «Туризм та готельно-ресторанна справа» за європейськими програмами, а у 2012 році започатковано підготовку бакалаврів за напрямом «Туризм». На сьогодні це новий напрям підготовки фахівців туріндустрії.

Природничо-географічний факультет, який готує фахівців кількох спеціальностей зіткнувся, як і вся система освіти в Україні, з проблемою реальної співпраці освітнього закладу з працюючими підприємствами як базами практик студентів. Факультет, як і університет загалом, має досить пристойну матеріальну і науково-методичну базу, що дозволяє здійснювати якісну теоретичну підготовку майбутніх фахівців різного профілю. Про це хоча б говорять наявність на факультеті два реально діючих унікальних музеї - зоологічного і геологічного, аналогів яким у Рівненській області поки-що немає.

На думку провідних фахівців сучасної педагогічної галузі технологія формування майбутнього фахівця реалізується шляхом комбінування таких форм як: читання лекцій; проведення практичних і лабораторних занять; самостійного навчання; виховної роботи.

Загалом в університеті теж дотримуються такої ж думки і намагаються найбільш ефективно використовувати і комбінувати ці форми педагогічної творчості для досягнення кінцевого результату - створення грамотного і всебічно розвиненої людини-професіонала своєї галузі.

I, якщо проблема з базами практик для студентів спеціальностей «Географія» та «Біологія» - це питання, яке доволі легко вирішити, оскільки в більшості своїй системи середньої освіти в Україні залишилася державною і, відповідно, проходити практику студентам простіше, то зі спеціальністю «Туризм» регулярно виникали проблеми. Пов'язано це з економічною кризою і «тимчасовістю» багатьох підприємств туристичного профілю. Крім того, свою лепту вносять власники таких фірм, небажаючи брати на практику і «вовтузитися» зі студентами.



Врешті-решт, існує якась настороженість таких організацій до стороннього втручання, впровадження або проникнення сторонніх осіб до свого бізнесу для попередження недружніх дій з боку конкурентів.

А відтак, розуміючи важливість підготовки фахівців конкуренто спроможних на ринку праці керівництво МЕГУ разом з науково-педагогічним колективом кафедри географії і туризму започаткував створення нової форми практичної роботи сучасної активної молоді - студентського туристичного бюро «МЕГУ-ТУР».

Було вирішено створити власне туристичне підприємство на базі університету, де б студенти туристичних спеціальностей в рамках проходження різного роду практик змогли б виступати в ролі повноправних керівників і працівників сфери обслуговування.

Університет сприяв рішенню, надавши приміщення, необхідні меблі і оргтехніку, спріяв рекламній компанії пресі та в мережі Інтернет.

До переліку послуг, що надаються студентським туристичним бюро відноситься: екскурсійні тури, страхування, консультації з організації дозвілля, перевезення, в'їзний та виїзний туризм.

Екскурсії, як і інші послуги бюро користуються популярністю, але на сьогодні перед бюро поставлено ряд цілей, які направлені на вирішення головних проблем:

1. Знаходження помилок під час проведення акції студентським туристичним бюро «МЕГУ-ТУР» та пошук пропозиції щодо підвищення активної участі в акціях бюро.

2. Пошук шляхів підвищення атрактивності туристичних продуктів бюро.

3. Винайдення методів заалучення студентів до діяльності бюро.

4. Розширення напрямів діяльності бюро на основі аналізу досвіду інших подібних установ.

5. Підвищення прибутковості бюро.

Таким чином, реалізація подібного роду практики в освітньому процесі університету дозволить вирішити низку проблем професійної підготовки фахівців туріндустрії в Україні.

Загалом, сучасні умови розвитку туристичної галузі свідчать про необхідність формування нових засобів підготовки фахівців, засновану, перш за все, на практико-орієнтованому і професійному підході.

Список використаних джерел: 1. Михайличенко Г. І. Фахове забезпечення галузевих стандартів вищої освіти з напрямів «Менеджмент», «Туризм» / Г. І. Михайличенко // Туристична освіта в Україні : проблеми і перспективи : зб. наук. праць. – К. : Тонар, 2007. – 76 с. 2. Верес, К. О. Інноваційні напрями підготовки фахівців з туризму / К. О. Верес // Науковий часопис НПУ ім. М. Драгоманова. – 2014. – Вип. №19 (31). - С. 332-339.



О.Д. Наровлянський, к. пед. н.,

Український державний центр туризму
і краєзнавства учнівської молоді, м. Київ

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДУ ЗАОХОЧЕННЯ У ВИХОВАННІ ЮНИХ ТУРИСТІВ

Стаття присвячена історії та сучасному стану використання відзнак для заохочення юних туристів. Проаналізовано вітчизняний досвід, що існував в 50-90-ті рр. ХХ століття, а також скаутської організації США. Показано сучасний стан використання значка «Юний турист» в системі української освіти.

Ключові слова: туризм, відзнаки, метод заохочення.

The article is devoted to the history and modern state of the use of badges for the promotion of young tourists. The experience that existed in the 50's -90's of the twentieth century, as well as the Scout organization of the United States, was analyzed. The current state of the use of the badge "Young tourist" in the system of Ukrainian education is shown.

Keywords: tourism, honors, method of encouragement.

Серед багатьох відомих методів виховання певне місце належить методу заохочення. Його використання сприяє підвищенню зацікавленості дітей, посилює їх позитивну мотивацію на відповідну діяльність. Серед найбільш розповсюджених форм заохочення юних туристів – нагородження різноманітними значками та присвоєння спортивних розрядів. Метою даної статті є аналіз історичного досвіду а використання нагородних значків для відзначення юних туристів, система спортивних розрядів та звань потребує окремого дослідження..

В 30-ті рр. ХХ століття було запроваджено значок «Турист СРСР», який використовувався для нагородження і юних туристів. Однак вимоги його були зависокі для первинної відзнаки, та й положенням було передбачено нагородження цим знаком лише з 14 років. Тому виникло питання про запровадження спеціальної відзнаки юних туристів.

Під час роботи XII з'їзду ВЛКСМ, який проходив з 19 по 25 березня 1954 р. у було висловлено пропозицію щодо запровадження значків для відзначення юних техніків, юних натуралистів, юних туристів за досягнення у своїй роботі. В резолюції з'їзду «Про роботу



піонерської організації імені В.І. Леніна» зокрема зазначалося: «Важати доцільним за досягнення по окремих видах піонерської роботи запровадити для піонерів нагрудні значки: «Юний натуралист» «Юний технік», «Юний турист» [4].

Цікаво, що розробка положення про знаки «Юний турист», «Юний технік» та «Юний натуралист» розпочалася ще до з'їзду. Вже 12 лютого 1954 р. у працівник ЦК ВЛКСМ Федотова подає перший проект положення. Для нагородження значком передбачалася необхідність участі не менш ніж в трьох одноденних та одному дводеному пішохідних походах загальною протяжністю не менше 40 км. При цьому нагороджуваний мав навчитися долати перешкоди на маршруті – долати стрибком канаву чи струмок, повалене дерево чи огорожу, паркан висотою 1,5 – 2 м, залазити на дерева висотою 3-4 м, підніматися по вертикальному канату чи шесту, вміти пересуватися по перекинутій через рівчак колоді, долати по камінню струмок або річку, навчитися ходити на лижах, плавати, керувати човном. Також вимагалися певні знання з першої медичної допомоги – вміти зробити перев'язку, перенести товариша на спині, на плечах, на ношах табуретці тощо, зробити штучне дихання. Турист повинен був ознайомитися з історичним минулім свого села, міста, місцевості, народною творчістю району, зібрати народні пісні, билини, прислів'я, казки, юний турист, як було зазначено в положенні повинен був «вміти бути спостережливим та вести подорожні нотатки своїх спостережень, вміти збирати та опрацювати в поході колекцію мінералів, рослин або комах, передати школі гербарій або колекцію» [8, арк.38-39].

В черговому проекті положення від 5 квітня було уточнено, що значком нагороджуються школярі 5-7 класів, які брали участь в кількох пішохідних походах та виконали одне з передбачених положенням умов. Серед цих умов – вміння орієнтуватися на місцевості по карті та без неї, з компасом та без нього, по Сонцю, зорям, годиннику, місцевим предметам, знання правил пересування по закритій пересіченій місцевості, дорожніх знаків, може читати топографічні знаки та сліди. Учень мав навчитися одягтися, взутися та спорядитися для походу відповідно до сезону, тривалості та способу пересування, долати природні перешкоди, обирати місце для привалу, обладнати його найпростішим укриттям для ночівлі, швидко розвести вогнище, приготувати їжу, знати елементарні правила санітарії та гігієни, вміти надавати першу медичну допомогу. З вимог було вилучено вимогу вміти ходити на лижах, плавати, керувати човном, ознайомитися з основними природними багатствами свого району, промисловими підприємством, колгоспом, радгоспом, машино-



тракторною станцією. Цікаво, що обов'язковою умовою нагородження крім туристських навичок та участі в походах була визначена успішність учня з усіх шкільних предметів. Нагородження значком передбачалося проводити за рішенням ради піонерської дружини, затвердженим директором школи, дитячого будинку, або за рішенням педагогічної ради будинку (палацу) піонерів або дитячої екскурсійно-туристської станції [8, арк. 32]. Саме це положення було затверджено 10 квітня 1954 р. у бюро ЦК ВЛКСМ [4]. Для реалізації рішення було виготовлено 500000 значків «Юний турист» вартість якого була встановлена 1 крб. 40 коп.[8, арк. 33].

До нагород юних туристів можна, на нашу думку, віднести і значок «Будь готовий до праці та оборони СРСР». Адже запровадженими з 1 січня 1955 р. нормами цього комплексу серед інших для нагородження хлопців та дівчат 13-14 років передбачалася участі в двох одноденних пішохідних (12 та 15 км) або двох велосипедних (15 та 20 км) походах [6].

Цікаво відзначити, що в 1957 році Державним комітетом з фізичної культури та спорту СРСР без погодження з ЦК ВЛКСМ було підготовлено та затверджено власне положення про значок «Юний турист». Цим положенням було передбачено додаткові умови для нагородження – виконання норм комплексу «Будь готовий до праці та оборони СРСР», участі в п'яти походах по рідному краю. При цьому нагородження мали проводити місцеві комітети з фізичної культури та спорту [9, арк. 63]. Після звернення ЦК ВЛКСМ рішення Держкомспорту було скасовано.

Ще однією нагороною, якою відзначали юних туристів-краєзнавців став значок ЦК ВЛКСМ «Моя Батьківщина – СРСР». Положення про експедицію було затверджено постановою Секретаріату ЦК ВЛКСМ від 10 грудня 1972 р. № 52/7а [2, с. 69]. Юні туристи – учасники експедиція отримували маршрутні книжки та відвідували музеї, пам'ятні місця, промислові підприємства, визначені обласними, республіканськими та всесоюзними тематичними маршрутами. Під час відвідання об'єктів в маршрутних книжках здійснювалися відповідні відмітки. Учасники, які відвідали 50 об'єктів обласного маршруту нагороджувалися бронзовим, 50 об'єктів республіканського – срібним значком експедиції. Для отримання золотого значка необхідно було відвідати не менше ніж по 10 об'єктів на кожному з восьми тематичних маршрутів [2, с. 4-10]. Протягом часу існування експедиції (її було скасовано в 1987 році) в ній взяли участь близько 30 млн юнаків і дівчат, 80 тисяч з них виконали нормативи і були нагороджені бронзовими значками "Моя Батьківщина – СРСР", 7 тисяч – срібними і



близько 100 туристів стали власниками золотих значків [7], серед них було чимало школярів (особливо на рівні бронзового та срібного значка)

Говорячи про нагороди юних туристів варто відзначити досвід інших країн. Зокрема ряд відзнак, дотичних до туристської діяльності встановлено в скаутських організаціях, які одним з напрямів своєї роботи вважають польові табори, в яких діти оволодівають навичками, подібними до туристів. Так в організації бойскаутів США існують відзнаки Backpacking (проходження пішохідного походу), Camping (участь в таборуванні), Canoeing (проходження водного походу), Hiking (проходження гірського походу, сходження), Orienteering (оволодіння навичками орієнтування на місцевості), Whitewater (оволодіння навичками подолання «бліої води» - порогів) [1]. Ці знаки здебільшого виконуються у вигляді нашивок на одяг, члени скаутських організацій високо цінують ці відзнаки та пишаються ними, іноді маючи їх чимало (загалом в скаутській організації близько 50 тематичних відзнак).

Історія радянського значка «Юний турист» отримала продовження в Україні. Положення про цей знак було затверджено Виконкомом Федерації спортивного туризму України 25.03.2012 р. Ним передбачено, що значком нагороджуються юні туристи віком від 8 до 16 років, які протягом року взяли участь не менше ніж в трьох походах, з яких один – не менше ніж двохденний з ночівлею в польових умовах, загальною протяжністю не менше 45 км пішки, на лижах чи на плавзасобах або 75 км на велосипеді, а також оволоділи первинними туристськими знаннями та вміннями – вміють орієнтуватися на місцевості за місцевими орієнтирами, за картою, користуватися компасом, рухатися за азимутом, долати природні перешкоди, характерні для некатегорійних походів в обраному виді туризму; можуть визначити необхідне спорядження для участі в однотриденному поході в залежності від його тривалості, сезону, засобу пересування; можуть самостійно обрати місце для привалу, бівуаку, розпалити вогнище, приготувати їжу в походних умовах; знають правила поведінки в поході та можуть надати першу долікарняну допомогу постраждалому. Право нагородження знаком мають загальноосвітні, позашкільні, професійно-технічні навчальні заклади, туристські та спортивні клуби, дитячі та молодіжні громадські організації, які здійснюють діяльність з організації та розвитку дитячого туризму, регіональні та місцеві осередки Федерації спортивного туризму України [5]. Нині чимало юних туристів мають цю відзнаку.



Таким чином, відзнаки юних туристів, пройшовши певний шлях історичного розвитку, і нині сприяють мотивації молоді до занять туризмом. Водночас варто розглянути питання про розвиток системи туристських відзнак України з урахуванням вітчизняного та світового історичного досвіду.

Список використаних джерел: 1. The Boy Scout Handbook. The Trail to Eagle. – Boy Scout of America, 1990. – 662 р. – р. 600 – 608. 2. Маршрутная книжка участника экспедиции советской молодежи «Моя Родина СССР». – К. : издательство ЦК ЛКСМУ «Молодь», 1975. 3. Нагрудные значки для пионеров // Вожатый. – 1954. – №11. – 4 страница обложки. 4. Резолюція XII з'їзду ВЛКСМ «Про роботу піонерської організації імені В.І. Леніна» // Резолюції і документи XII з'їзду ВЛКСМ. – К., вид-во «Молодь», 1954. – с. 26. 5. Положення про значок «Юний турист України». Сайт Українського державного центру туризму і краснавства учнівської молоді. Режим доступу: <http://ukrjuntur.org.ua/normativno-pravova-baza/normativni-akti-inshikh-ministerstv-ta-vidomstv.html> 6. Таборко М. Новое в комплексе БГТО // Вожатый – 1954. – №11. – с.57. 7. Федорченко В.К., Дьюрова Т.А. История туризма в Украине [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/books_history/fedorchenko53.htm. 9. Российский государственный архив социально-политической истории (далее – РГАСПИ), ф. М-1, оп. 7, д. 418. 10. РГАСПИ, ф. М-1, оп. 7, д. 501.



Національний університет
водного господарства
та природокористування



H. В. Оксентюк, к.психол.н.

Національний університет водного господарства та
природокористування, м.Рівне

РОЛЬ ЗНАНЬ З ПСИХОЛОГІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Психологічна підготовка фахівця зі сфери туризму (розвиток його когнітивної, мотиваційної, регулятивної та діяльнісної сфер) впливає на психологічну готовність до професійної діяльності. Якісну організацію туристичних послуг неможливо здійснити без знань з психології. Ці знання включають у себе: соціально-психологічні феномени в туризмі, їх вияв та формування в особистості туриста, туристській діяльності, соціально-психологічні особливості туристської групи та управління сферою туризму.

Ключові слова: Психологічна готовність фахівця з туризму, психологія туризму, психологія продажів і обслуговування в туризмі, психологія туриста, ораторське мистецтво

The psychological training of a specialist in the field of tourism (development of his cognitive, motivational, regulatory and activity spheres) influences psychological readiness for professional activity. A good organization of travel services can not be carried out without knowledge of psychology. This knowledge includes: socio-psychological phenomena in tourism, their manifestation and formation in the personality of a tourist, tourist activity, socio-psychological features of the tourist group and management of tourism.

Keywords: Psychological readiness of a specialist in tourism, psychology of tourism, psychology of sales and service in tourism, psychology of tourists, oratory art

Головною проблемою сучасного туризму є те, що турист, оплачуєчи свій відпочинок, нерідко повертається додому не відпочивши. Тому, відповідно, перед турфірмами постало питання оптимального надання туристичних послуг, враховуючи також психічний стан туристів. Вчені-туризмознавці почали шукати вихід із цієї ситуації, вивчати, як правильно домогтися від людини усвідомити, що відпочинок – це один з основних факторів психологічного здоров'я, працездатності і водночас комфорту оточуючих. Сьогодні, коли вивчається роль знань з психології туризму, звертається і увага на закономірності поведінки, діяльності й спілкування людей, зумовлені їх включенням в соціальні туристичні групи, а також психологічні характеристики самих цих груп. Тому метою доповіді є акцент на



важливій ролі знань з психології туризму для тих, хто надає туристичні послуги. Психологія туризму вивчає соціально-психологічні феномени в туризмі, їх вияв та формування в особистості туриста, туристській діяльності, соціально-психологічні особливості туристської групи та управління сферою туризму. При цьому, об'єктом вивчення є туризм як соціальний інститут, туристська діяльність як соціальний процес, особистість туриста з характерними їй психічними властивостями, туристська група як різновид соціальної групи та психологічні особливості управління сферою туризму. З точки зору психології туризму, предметом її вивчення є турист – індивід з властивими йому психологічними характеристиками та властивостями особистості, а також психологічні особливості туристичної діяльності як однієї з форм активності людини.

Отже, актуальність тематики зумовлена тим, що існує велика потреба психологічної готовності фахівців з туризму до діяльності у своїй професії. Така готовність включає в себе з одного боку запас професійних знань, умінь і навичок, професійно-моральні переконання; з іншого – важливими також психологічні якості і можливості особистості; відношення свідомості і поведінки.

Вчені В.А. Сластьонін та В.П. Каширін виділяють наступні основні групи задач психологічної підготовки фахівця до професійної діяльності. Перша група: для успішної діяльності за таких обставин психіка фахівця повинна мати достатньо високу витривалість. І звичайно ж, сучасне життя, його стресові обставини характеризуються великою мінливістю, динамічністю, рухливістю. А це вимагає від психіки фахівця високого переключення, мобільності, гнучкості, адаптивності. Друга група - завдання змістового характеру: формування у людини любові до своєї професії, спеціальності, впевненості в її громадської та соціальної значущості, оптимізму відносно її перспектив, довіри своєї професійної підготовленості інтелектуальним, вольовим і фізичним можливостям, впевненості в надійності співробітників, їх порядності і готовності допомогти. Третя група – завдання методичного характеру: оволодіння спеціалістом методами регулювання психічних станів, вміннями здійснювати психологічний захист від дистресу [3, с.453-454].

Отже на підставі досліджень вчених в області психології, педагогіки та туризму можна зробити висновок, що психологічна готовність до професійної діяльності в туризмі залежить від рівня психологічної підготовки фахівця, яка спрямована на розвиток когнітивної, мотиваційної, регулятивної та діяльнісної сфер особистості.



Психологи виділяють також основні якості фахівців з туризму, які забезпечують психологічну готовність до професійної діяльності: цілеспрямованість, самовладання і витримка, наполегливість, ініціативність, рішучість, самокритичність, здатність до саморозвитку та самовдосконалення [1, с.84].

Психологічна готовність розуміється вченими, як комплексна психологічна підготовка фахівця до здійснення професійної діяльності, тому в процесі навчання у вищому навчальному закладі на спеціальності «Туризм» слід приділяти увагу дисциплінам, які вивчають психологію становлення особистості, міжособистісного спілкування, психологію впливу, особистісного сприйняття, психологічні особливості діяльності в туризмі. Тому, очевидно, що знання з психології є необхідними для створення успішного туристичного продукту.

Руденко О.М., Довгальова М.А.[2] до психології туризму і соціально-культурного сервісу відносять у першу чергу **психологію продажів туристичного продукту**, де мають враховуватися: людський фактор у роботі менеджера турфірми; психологічні передумови продажу турпродукту (сприятливий психологічний клімат, гарне враження про менеджера, довіра клієнта); психодіагностика клієнта туристичної фірми (типи клієнтів, внутрішній стан клієнта); психологія впливу в процесі реалізації турпродукту (прийоми привертання уваги, фокусування уваги; способи прискорення продажів), **психологію конфлікту** в туризмі. У другу чергу, до психології туризму відносять **психологію обслуговування туристів в офісі**, тобто прийоми виявлення потреб туристів (психологічний контакт, вміння слухати, фактори туристської мотивації, конструювання питань); психологію презентації туристського продукту (основні аргументи, техніки навіювання, методи презентації турпродукту); подолання заперечень клієнта і завершення угоди (способи усунення заперечень; продаж та подальший контакт). Також важливий елемент при продажі туристичного продукту, це – **діловий етикет в туризмі**, що включає принципи, правила, роль ділового етикету в діяльності туристичного підприємства; вербалні основи ділового етикету в туризмі (привітання та представлення, коректну відповідь на питання клієнта; психологічні прийоми етикету); діловий етикет в телефонних розмовах. Психологія туризму включає також психологію іміджу (корпоративну філософію і внутрішній імідж туристичної фірми та зовнішній імідж туристичної фірми).

Окреме місце слід виділити вивченю **ораторського мистецтва в екскурсійній діяльності**, куди входять психологічні аспекти



ораторського мистецтва в екскурсії (значення ораторського мистецтва, основи майстерності екскурсовода, психологія особистості екскурсовода, головні складові ораторського мистецтва в екскурсії, підготовка до виступу, пам'ять екскурсовода, культура мови екскурсовода); активізація засвоєння екскурсійного матеріалу (особливі методичні прийоми, форма піднесення матеріалу, головні передумови успіху).

Отримані знання з зазначених вище галузей психології туризму важливо застосовувати у забезпеченні психологічного комфорту туристів, тобто в описі комфортності туристичної місцевості, у взаємодії суб'єктів туристичної діяльності з туристом-користувачем, у психічній ергономіці туриста, у питанні екопсихології туриста, тобто взаємодії суб'єкта туризму з навколоишнім середовищем. З цього випливає, що, знання з психології туризму сприяють створенню успішного туристичного продукту, головною метою якого є психологічне розвантаження, комфорт та здоров'я відпочиваючих, та, з іншого боку, успішної самореалізації туристичних організацій.

Список використаних джерел: 1. Лозовюк Ю.С. Психологічна готовність фахівців з туризму до професійної діяльності // Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. Частина III. - 2013. - №18 (277). – С.81-86. 2. Руденко А.М. Психология социально-культурного сервиса и туризма / А.М. Руденко, М.А. Довгалева. – Ростов-на-Дону: «Фенікс», 2005. 3. Сластенин В.А. Психология и педагогика: учеб.пос. для студ. высш. учеб. заведений / В.А. Сластенин, В.П. Каширин. – 8-е изд., стер. – М.: Изд. Центр «Академия», 2010. – 480 с.



С.І. Уліганець, к. геогр. н., доцент

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Л.В. Мельник, к. геогр. н.

Київський національний університет харчових технологій

Д.В. Боль, студент

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК БАЗИС ФОРМУВАННЯ ОСВІТНЬО-ПРИКЛАДНИХ ЗАСАД ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ ТА ІНСТРУМЕНТ ВПРОВАДЖЕННЯ, РЕАЛІЗАЦІЇ ТЕОРЕТИКО- ПРАКТИЧНИХ ОСНОВ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗMU В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто модель екологічної культури рекреанта, яка включає такі компоненти: аксіологічний, мотиваційний, діяльнісний, когнітивний, та визначено основні критерії та рівні її сформованості у рекреантів.

Ключові слова: екологічний туризм, екологічна освіта, екологічна культура.

In the article the model of the ecological culture of the recreator is considered. It includes the following components: axiological, motivational, activity, cognitive. The main criteria and levels of its formation in the recreators are determined.

Key words: ecological tourism, ecological education, ecological culture.

Збільшення темпів розвитку науки та техніки, появі новітніх технологій змушує людство звернати більше уваги на глобальні проблеми. Основними з яких, на сьогодні, є екологічні. Нераціональне природокористування призводить до виснаження природних ресурсів, отже стає лімітуючим фактором для більшості сфер людського життя, а особливо для розвитку туристичної та рекреаційної діяльності.

Усвідомлення людиною своєї ролі та відповідальності перед природою - найнеобхідніша частина сталого розвитку, що забезпечує підґрунтя для повноцінної життєдіяльності цивілізованого суспільства. За таких обставин, досить актуальним є питання актуалізації та впровадження екологічної освіти. Одним із найпотужніших рушіїв екологічної обізнаності людства має стати екотуризм.

Людина відпочиває в умовах природного ландшафту. Гармонійний розвиток суспільства неможливий без спілкування з природою, проте що існує багато протиріч в системі «суспільство-природа», пов'язаних із науково-технічним прогресом та урбанізацією: винищенню лісів та



погіршення їх відтворення, забруднення водойм, ґрунтів, повітря, при нерациональному використанні яких відбувається погіршення санітарно-гігієнічних й естетичних якостей природного середовища, наслідком чого може бути погіршення використання ландшафтних передумов рекреаційної діяльності аж до їх повного знищення [3].

Впроваджуючи нові методи і прийоми організації туристсько-рекреаційної діяльності, спеціалісти упродовж довгого часу відкидали на другий план завдання вивчення й оцінки стану географічного середовища. Вивчався тільки фон території, на тлі якого проходило матеріальне і духовне життя суспільства. Вивчення природи зводилося до фіксованої оцінки найбільш виражених природних явищ, без урахування взаємозв'язку процесів розвитку. Але з розвитком туристсько-рекреаційної діяльності і зміною соціокультурних запитів населення предмет туризмознавства зазнає певних змін. Практика вимагає виявлення просторових закономірностей розміщення рекреаційних об'єктів і особливостей поведінки людей у процесі рекреаційної діяльності.

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 щодо розвитку екологічного туризму як базис формування освітньо-прикладних зasad екологічної освіти та реалізація теоретико-прикладних основ екологічного туризму в туристичній діяльності.

Аналіз теоретичних та методологічних розробок фахівців з екологічного туризму [1, 2, 4, 5, 6] свідчить про те, що у сучасних умовах розвитку одним із стратегічних завдань системи освіти стає формування особистості рекреанта з високим рівнем екологічної культури.

Однак враховуючи еволюцію дефініцій екологічного туризму, можна відмітити, що несьогоднішній день недостатньо розроблені питання щодо виявлення просторових (територіальних) та часовово-динамічних закономірностей при формуванні екологічного туризму, зокрема, єдиного визначення екологічного туризму й досі немає, кожен автор трактує це поняття по-своєму, але у переважній більшості визначень не враховуються інтереси місцевого населення, мало уваги приділяється збереженню екосистеми. Неоднозначність терміна не дозволяє отримати точні статистичні дані про розвиток екологічного туризму.

Метою екологічної культури, виховання рекреанта є формування системи наукових знань, поглядів, переконань, які закладають основи відповідального ставлення до довкілля (рис 1).



Рис.1 Модель екологічної культури рекреанта

При вирішенні питань розвитку екологічного туризму важливу роль відіграє екологічне моделювання туристсько-рекреаційної діяльності, як головна сегментація, структурування і дефініція пріоритетів туристичної діяльності. Головними принципами даного моделювання є визначення розвитку туристичної галузі на державному рівні. Завдяки ініціативі які повинні надходити з регіонів та формувати пріоритетну програму регенерації культурно-історичного антропогенного і еколого-рекреаційного потенціалу.

Таким чином з вищесказаного можна зробити висновки, що рекреаційна діяльність виступає важливою складовою організації оптимального відпочинку, використовуючи природну красу



ландшафтів у якості суттєвого фактору, позитивного впливу на людину. Таким чином, унаслідок цієї діяльності зростає навантаження на природне середовище, руйнування якого рано чи пізно може привести до зникнення в регіоні туризму як галузі економіки. Такий перебіг подій вимагає докорінної зміни в ментальності як учасників туристської індустрії, так і самих відпочиваючих.

Отже, основну суперечність розвитку туризму можна сформулювати так: з однієї сторони, ми не можемо відмовитися від туристичної діяльності як фактора економічного розвитку регіону, а з іншої – не можна допустити, щоб інтенсифікація туристської діяльності руйнувала існуючий життєвий простір. Вихід може бути знайдений лише у формуванні високого рівня екологічної свідомості як рекреантів так і організаторів відпочинку.

Пріоритети під час вибору місця подорожі змінюються від просто місць, де можна комфортабельно і затишно провести час, користуючись різноманітними розвагами, вигодами цивілізації, до вибору місць, де час проведений у подорожі, буде не просто використано для відпочинку, а й пізнання, корисної необтяжливої діяльності, заняття фізичною культурою, і, особливо, діяльністю, яка спрямована на захист і збереження довкілля. Головною метою подорожі виступає науково-пізнавальний інтерес до навколошнього природного середовища, спостереження за ним та охорона його; саме це ставить на меті екотуризм як одну з найвпливовіших і дієвих форм позашкільної придоохоронної освіти та навчання.

Список використаних джерел: 1.Вишневський В.І. Екологічний туризм: навчальний посібник / Вишневський В.І. - К.: Інтерпрес, 2015. – 140 с. 2. Головач І. І. Застосування засобів екологічного туризму у фізичному вихованні дітей молодшого шкільного віку : автореф. дис. канд. наук з фіз. виховання і спорту : [спец.] 24.00.02 „Фізична культура, фізичне виховання різних груп населення” / Головач Інна Іванівна ; Нац. ун-т фіз. виховання і спорту України. – Київ, 2016. – 23 с. 3. Дмитрук О.Ю. Ландшафтно-рекреаційні системи Закарпатської області:[монографія] /О.Ю. , С.І. Уліганець . – Ірпінь: Видавництво НУДПСУ, 2013- 196 с. 4. Дмитрук О.Ю. Екотуризм: навчальний посібник. / О.Ю. Дмитрук, С.В. Дмитрук // - К.: Альтерпрес. - 2009. – 358 с. 5. Дмитрук С. Екостежки в системі туристсько-расзнавчої діяльності в закладах освіти / Світлана Дмитрук, Інна Головач // Педагогіка, психологія, філософія: зб. нак. праць.- - Переяслав-Хмельницький. – 2011. Вип. - 20. – С. 37-41 6. Штефан Л. В. Перспективы развития экологического туризма в национальных парках Беларуси / Штефан Л. В. // Научное обоснование физического воспитания, спортивной тренировки и подготовки кадров по физической культуре, спорту и туризму : материалы XI Междунар. науч. сессии по итогам НИР за 2009 год : Инновационные технологии в сфере туризма, гостеприимства, рекреации и экскурсоведения. – Минск, 2010. – С. 130–133.



ЗМІСТ

1. ТУРИЗМ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ТА ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Гаврилова Я.К., Постернак В.П. Туризм Рівненщини в проектах та цифра	3
Конарівська О.Б., Степаненко У.С., Родюк С.В. Організаційно-правове забезпечення туристичної галузі в Україні	7
Мальська М.П., Кізима В. Л, Жук І.З. Актуальні проблеми туризму готельного господарства	14
Мартинюк О.В., Тивончук П.В. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні	16
Matthnai Ekouaghe Tourism and cryptocurrencies challenges and prospects of a potential economical model	22
Романів О. Я., Свиридович Т.М. Соціальний статус як передумова туристичної активності населення Рокитнівського району	26
Роскладка А. А., Сагалакова Н. О. Структурно-динамічний аналіз національного ринку туристичних послуг	31
Смирнов І.Г. Туристична децентралізація в урботуризмі: логістичний аспект в контексті сталого розвитку	36

2. МАРКЕТИНГ І МЕНЕДЖМЕНТ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Гонтаренко Н.А., Микитинець С.В. Маркетингове дослідження внутрішнього і конкурентного середовища готельного підприємства	47
Коротун О.П., Довмат М.І. Інтернет маркетинг у туризмі	53
Коротун О. П., Малярчук А. В. Інноваційні напрямки маркетингу в туризмі	55
Коротун О.П., Полонський О.О. Маркетинг у туризмі: сутність і сучасні концепції	59
Коротун О.П., Трофимець М.М. Проблеми та перспективи розвитку маркетингу туристичних послуг в Україні	62
Макар Н.М., Коваль С.І. Проблеми та особливості розвитку туристичного бізнесу в Україні	65
Мальчик М. В., Оплачко І. О. Управління поведінкою споживачів у системі маркетингу туристичних підприємств	68



Мальчик М.В., Попко О.В., Онищук Н.В. Ідентифікація особливостей формування системи маркетингу співпраці туристичних підприємств	72
Мартинюк О.В., Польовий Ю. Удосконалення управління збутою діяльністю підприємства	77
Луцик В.В., Марчук Л.М. Створення інновацій в підприємстві ресторанного бізнесу	80
Сіпайлло Л.Г., Сіпайлло Н.А. Принципи здійснення лібералізації підприємницької діяльності готельних підприємств	84

3. ІННОВАЦІЙНІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Бублик М. І., Дідик А. М. Інноваційне забезпечення оцінювання ефективності розвитку туристичної діяльності України	87
Бялик І.М. Використання аналітичних можливостей ГІС для збільшення інвестицій в туристичну галузь Рівненщини	90
Ільїна О. В., Бояр Л. П. Обґрунтування та перспективи використання мобільного додатка «Lutsk city guide» у туристичній діяльності	94
Коротун О.П., Стрельчук К.Р. Інтернет-технології у просуванні туристичного продукту	97
Крупіца І.В., Москаленко Я.О. Інноваційні напрямки екологізації засобів розміщення в Україні та світі	101
Новичук Д.Г., Зуев В.Н. Возможности оценки туристской привлекательности объекта через использование технологии геотегинга	106
Тулашвілі Ю.Й. Аналіз впливу сучасних інформаційних технологій на розвиток та популяризацію міського туризму	110

4. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ І ЙОГО РОЛЬ В ЕКОЛОГІЧНІЙ ОСВІТІ НАСЕЛЕННЯ

Головко О. В., Верцева О. М., Базан О. О., Кальчук Г. В., Столляр Н. В., Якимчук О. О. Досвід національного природного парку «Дермансько-Острозький» щодо розвитку екологічного туризму	114
Зінько Ю.В., Мальська М.П. Інноваційні форми занять сільського й агротуризму в Карпатському регіоні	117
Михальчук М.А., Шевчук І.В., Тимошик В.В. Особливості організації сільського зеленого туризму поліського регіону (на прикладі агрооселі «Несухоїжі», Волинської області)	121



Левченко А.С., Поколодна М.М. Особливості та відмінності геопарків, як нового виду природоохоронних, рекреаційно-освітніх територій	126
Прищепа А.М., Брежицька О.А., Сорока О. Екотуристичні ресурси агросфери зони впливу міста Рівне	129
Стасюк М.В., Петруновська Н.С. Фітобезпека туристичних походів	134
Філь М. І., Холявка В. З., Коропецька Т. О. Порівняльний аналіз зеленого туризму на Львівщині	139

5. ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК БАЗА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Джинджоян В.В. Створення історико-культурного комплексу на теренах Дніпропетровщини	142
Лехкар В.В., Крупіца І.В. Етнічний туризм у Одеському регіоні. Структурні особливості, перспективи та проблеми розвитку	147
Мельничук М.С. Сакральне зодчество в геопросторі християнської культури	153
Мініч А.П., Остапчук С.М. Пропаганда і туризм: автомобільні дороги Рівненщини, як інструмент в Російсько-Українській інформаційній війні	157
Поперецька Л. В. Дубенський замок – минуле і сучасне	162
Романуха О.М. Розвиток музеїної справи як фактор активізації міжнародного туризму в Україні	170
Ткачук О.О., Яжевич І. Туристичні об'єкти старого міста Варшави	175
Яковишина М. С., Пухович М.Ю. Екскурсійна діяльність як засіб реалізації туристичного потенціалу історико-культурної спадщини регіону	179
Яроменко О.В., Токар О.І. Аналіз сакрально-туристського потенціалу Рівненщини на прикладі монастирських комплексів .	184

6. ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КРАЇН ТА РЕГІОНІВ

Гладкий О. В. Музей світу як провідний ресурс розвитку міжнародного туризму	189
Громаченко К.Ю., Пирог А.П. Сучасний стан готельного господарства Ковельського району	194
Зуев В.Н., Гвоздев Н.Е., Фризен В.В. Рекреационное использование родников: туристская аттрактивность и экологическая безопасность	199



Клименко М.О., Бєдункова О.О., Статник І.І., Буднік З.М., Ярошик О.М. Туристично-рекреаційний потенціал басейну р. Іква	204
Корбутяк М.В., Корбутяк В.М., Кірвель І.І. Вплив меліорації на туристичні водні об'єкти Західного Полісся	208
Коротун С.І., Кушнір О.В. Історико-культурний туристський потенціал Київської області	213
Коротун С.І., Рабинюк А.В. Історико-культурний туристський потенціал Полтавської області	218
Кушнірук Ю.С., Гавришко Є.А. Дослідження туристично- рекреаційного потенціалу Одеської області	223
Кушнірук Ю.С., Семенюк Д.С. Дослідження туристично- рекреаційного потенціалу національного природного парку «Дермансько-Острозький»	226
Орлова М. Л., Самедова Т. Р. Рекреаційно-туристичні ресурси та туристичне господарство Мальдівської Республіки	229
Остапчук С.М., Мініч А.П. Географічні центри Європи як туристичні локації	234
Павловский А.И., Андрушко С.В., Мележ Т.А., Томаш М.С. Состояние и перспективы развития культурно-познавательного туризма в Беларуси	239
Пасічник М.П., Ільїн Л.В. Гідромінеральний потенціал проектованого курорту державного значення «Шацьк»	244
Романів А.С., Романів О. Я. Територіально-функціональна організація транспортних туристичних дестинацій: зарубіжний досвід	247

7. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РІЗНИХ ВІДІВ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАХ

Залеський І.І., Мартинюк В.О., Зубкович І.В. Піщані дюни Полісся як геоморфологічні об'єкти туризму	254
Конарівська О.Б., Трековець В.М. Перспективи розвитку мисливського туризму у Рівненській області	261
Корбутяк М.В., Шинкарук Л.А. Унікальні наукові лабораторії як ресурс розвитку елітарного туризму	267
Кузьменко В. І., Ярьоменко С. Г. Сімейний туризм як вид рекреаційної діяльності	272
Макаревич Е.Г., Панько А.Д. Спортивные туристические мероприятия как один из элементов организации досуга (на примере Брестской области)	276



Мальська М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н.М. Загальні риси міського туризму	281
Мартинюк О.В., Рафальська Д.П. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні	284
Романів А.С., Романів О. Я., Мержук В.О. Створення геопарку «Базальтові стовпи» як перспективний напрям розвитку геотуризму	288
Семенов С. С. Перспективи проекту «Nanorover» у розвитку велотуризму Рівненщини	296
Ходзинська К.В., Меліх О.О. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на Одещині	299
Шикіна О.В. Особливості надання послуг в концептуальних готелях	307
Яковишина М.С., Климюк Д. М. Перспективи готельно-ресторанного комплексу «Тунель кохання Tunnel of love» на ринку весільного туризму	312

8. ІНФРАСТРУКТУРНЕ ТА ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ

Безручко Л.С. Засоби розміщення Сколівського району: сучасний стан та перспективи розвитку	317
Тодоров В.І., Хомутов В.А. Територіальна організація санаторно-курортних та готельних комплексів Одеської області: суспільно-географічні аспекти	322
Юхо Е.И., Панько А.Д. Современное состояние и перспективы развития туристической инфраструктуры Несвижского района	327

9. ОСВІТА ТА КАДРОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СФЕР ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Калько А.Д., Глушкова Т.С. До аспектів професійної та практичної підготовки фахівців туристичної сфери	331
Наровлянський О.Д. Використання методу заохочення у вихованні юних туристів	334
Оксентюк Н. В. Роль знань з психології в організації туристичних послуг	339
Уліганець С.І., Мельник Л.В., Боль Д.В. Екологічний туризм як базис формування освітньо-прикладних зasad екологічної освіти та інструмент впровадження, реалізації теоретико-практичних основ екологічного туризму в туристичній діяльності	343



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Наукове видання

ТУРИЗМ: НАУКА, ОСВІТА, ПРАКТИКА

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
з нагоди 5-ої річниці створення кафедри туризму та готельно-
ресторанної справи у Національному університеті водного
господарства та природокористування

Технічний редактор
Олег Борилюк-Міськов



Національний університет
водного господарства
та природокористування

Підп. до др. 2.03.2018.
Формат 60x84 1/16.
Папір офсетний.
Друк офсетний.
Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. 20,5.
Обл. вид. арк. 20,5.
Наклад 300 прим.

Видавець: Олег Зень
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
серія РВ № 26 від 6 квітня 2004 р.
вул. Кн. Романа, 9/24, м. Рівне, 33022,
0362-24-45-09, 068-025-067-4;
olegzen@ukr.net