

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

НАУКОВИЙ ЗБІРНИК

заснований у 2007 р.

Випуск 3

КИЇВ – 2010

УДК 911.3: 796.5 (100) (477)
ББК 65.04

РЕЦЕНЗЕНТИ: О.О. Бейдик доктор географічних наук, професор, С.А. Лісовський доктор географічних наук, професор.

Географія та туризм: Наук. зб. /Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтерпрес, 2010. – Вип. 3. – 178 с.

У збірнику висвітлено актуальні питання теорії та практики туризму, методологію та методику географічних досліджень сучасних ринкових процесів в туризмі, особливості розвитку та геопросторової організації туристичної діяльності в світі та регіонах України, актуальні проблеми географії.

Для фахівців сфери туризму, наукових працівників, викладачів, аспірантів, студентів

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ РЕДАКТОР – Я.Б. Олійник, чл-кор. АПНУ, д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки (відп. ред.).

ЗАСТУПНИК ВІДПОВІДАЛЬНОГО РЕДАКТОРА – Любіцева О.О. – д.г.н., проф.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ – Шищенко П.Г. – чл-кор. АПНУ, д.г.н., проф., засл. діяч науки і техніки; **Ішук С.І.** – д.г.н., проф.; **Яценко Б.П.**, – д.г.н., проф.; **Хільчевський В.К.** – д.г.н., проф.; **Бортник С.Ю.** – д.г.н., проф.; **Шевченко В.О.** – д.г.н., проф.; **Степаненко А.В.** – д.г.н., проф.; **Дмитрук О.Ю.** – д.г.н., проф.; **Сніжко С.І.** – д.г.н., проф.; **Смирнов І.Г.** – д.г.н., проф.; **Матвієнко Н.М.** – к.г.н. (відп. секретар).

АДРЕСА РЕДАКЦІЙНОЇ КОЛЕГІЇ: м. Київ, МСП-680, проспект Глушкова, 2. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, географічний факультет, кафедра країнознавства та туризму, тел. 521-32-49.

Зареєстровано Міністерством юстиції України. Свідцтво про державну реєстрацію КВ 15818-4290 Р від 08.10.2009

Рекомендовано до друку Вченою радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка від 22 грудня 2009 р., протокол №10

Відповідальний проекту «Географія та туризм» – Сировець С.Ю.

Друкується за авторською редакцією.

Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат та інших відомостей.

 Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2010

І. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

УДК 911.3

Шищенко П.Г., Олійник Я.Б., Олещенко В.І.

УКРАЇНСЬКЕ ГЕОГРАФІЧНЕ ТОВАРИСТВО І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розглядаються питання участі Українського географічного товариства у вирішенні актуальних проблем розвитку туризму в країні.

The questions of participation of Ukrainian geographical society are examined in the decision of issues of the day of development of tourism in a country.

Постановка проблеми. У попередні роки в Україні були проведені акції «Сім історико-культурних чудес України» та «Сім природних чудес України» з метою популяризації національної природної та історико-культурної спадщини, пробудження інтересу українців до рідного краю, сприяння розвитку туризму. Українське географічне товариство (УГТ) активно

долучилося до цих акцій, особливо до визначення семи природних чудес країни. Розвиваючи ідею більш активного залучення визначених пам'яток природи до туристичної діяльності, УГТ спланувало проведення туристичного форуму в одній з визначених перлин природи – у Дністровському каньйоні, приурочивши її до Всесвітнього та Всеукраїнського дня туризму.

26 – 27 вересня 2009 р. на базі дитячого оздоровчого комплексу «Перлина Придністров'я» у с. Михальче Городенківського району Івано-Франківської області відбувся Всеукраїнський туристичний форум «Пізнаємо Україну». Форум було організовано Українським географічним товариством, Національною спілкою краєзнавців України, географічним факультетом Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Всеукраїнським благодійним фондом «Україна – Свята Родина» за підтримки Городенківської районної ради. У роботі Форуму взяли участь більше 130 провідних вчених та фахівців туристичної сфери, представників туристичних компаній, громадськості, засобів масової інформації. Зокрема, на Форумі працювали представники Державної служби туризму і курортів, Туристичної асоціації України, Всеукраїнської федерації роботодавців у сфері туризму України, об'єднання «Укрпрофтур», профспілки працюючих інвалідів, Інституту держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, Інституту телекомунікацій і глобального інформаційного простору НАН України, Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Львівського національного університету імені Івана Франка, Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Волинського національного університету імені Лесі Українки, Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова, Київського національного університету культури і мистецтв, Київського університету туризму, економіки і права, Науково-виробничого підприємства "Картографія", Науково-дослідного центру розвитку туризму, Інституту досліджень української діаспори.

Форум мав за мету провести громадське обговорення «Концепції Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 рр.», презентуючи водночас туристичні можливості Дністровського каньйону, де унікальна природа поєднується з типовим для більшості туристичних центрів рівнем розвитку матеріально-технічної бази туризму, бо саме на розвиток таких центрів має бути спрямована пропонована Державна цільова програма розвитку туризму на наступні п'ять років. До того ж в ці п'ять років входить певним чином рубіжна для України дата – 2012 р., рік проведення чемпіонату Європи з футболу «ЄВРО-2012». Концепцію Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 рр. було розроблено Науковим центром розвитку туризму Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України і схвалено Вченою радою згаданого Центру 28.12.2008 р. як основу для розробки Державної цільової програми розвитку туризму і курортів на 2011-2015 рр.

Слід зазначити необхідність розробки такого документу, оскільки

Державна програма розвитку туризму на 2005-2010 рр. завершує свою дію і необхідний наступний документ, який би визначав напрямки розвитку вітчизняного туризму. На Форумі було відзначено особливу роль Державної програми розвитку туризму і курортів в Україні на 2011 – 2015 рр. у забезпеченні подальшого ефективного розвитку туризму і курортів в Україні. За результатами дискусії Форум прийняв Ухвалу.

Ухвала Всеукраїнського туристичного форуму «Пізнаємо Україну». Всеукраїнський туристичний форум «Пізнаємо Україну», організований з нагоди Всесвітнього та Всеукраїнського дня туризму Українським географічним товариством, Національною спілкою краєзнавців України, географічним факультетом Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Всеукраїнським благодійним фондом «Україна – Свята Родина» і проведений за участю провідних науковців та фахівців у туристичній сфері, представників туристичних компаній, громадськості, засобів масової інформації за підтримки Городенківської районної ради 26 – 27 вересня 2009 р. у районі одного з семи природних чудес України – Дністровського каньйону відзначив, що в Україні на законодавчому та виконавчому рівнях вживаються певні заходи з метою забезпечення розвитку національного туризму. Розроблено та прийнято спеціальний Закон України «Про туризм», Кабінетом Міністрів України затверджено Державну програму розвитку туризму на 2002-2010 рр., схвалено Стратегію розвитку туризму і курортів, Президентом України, Урядом прийнято низку інших важливих рішень.

Однак, в цілому рівень розвитку національного туризму в Україні ще не відповідає сучасним потребам, його потенціал не повною мірою використовується для забезпечення всебічного розвитку українського суспільства, економіки, виховання у громадян патріотизму, поваги та любові до своєї країни, забезпечення поширення глибоких знань про її природу, історію, культуру, для гідного утвердження України на міжнародній арені. Передбачені актами законодавства заходи не виконуються належним чином. Особливо гостро питання розвитку національного туризму постають у контексті підготовки України до проведення фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року по футболу.

Вирішенню актуальних проблем, забезпеченню дальшого розвитку національного туризму в Україні має сприяти державна програма розвитку туризму і курортів на 2011 – 2015 рр., проект концепції якої розроблено Державною службою туризму і курортів, який і було винесено на обговорення учасників форуму.

За результатами дискусій Форум визнав за доцільне відзначити:

1. Розробниками проекту концепції державної програми проведено значну роботу, визначено численні проблеми у сфері розвитку туризму, їх причини та загальні перспективи розв'язання.

Разом з тим, проект концепції значною мірою носить формальний, декларативний характер і не визначає чіткі вимоги до майбутньої державної програми. При підготовці проекту концепції його розробникам не вдалося забезпечити реалізацію вимог Закону України "Про державні програми" та Порядку розроблення та виконання державних цільових програм,

затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 року № 106. Не враховано, що державна програма, підготовлена на основі затвердженої Урядом концепції, має стати підставою для формування відповідних бюджетних програм, для визначення конкретних напрямів використання коштів з Державного бюджету та інших джерел, має містити чіткі показники для оцінки ефективності виконання програми та витрачання коштів. У назві програми не визначено її тип. Не передбачено основні прогностичні показники розв'язання проблем, не визначено з урахуванням прогностичних показників зведеного бюджету України та прогностичних макропоказників економічного та соціального розвитку України показники, зокрема економічні, соціальні, екологічні, яких передбачається досягти за результатами виконання програми. Не дається оцінка фінансових, матеріально-технічних, трудових ресурсів, необхідних для виконання програми з урахуванням оцінки реальних можливостей для виділення таких ресурсів.

Таким чином, проект концепції не встановлює чітких вимог Уряду щодо змісту майбутньої Програми, конкретних механізмів реалізації визначених завдань.

У процесі доопрацювання проекту концепції особлива увага має бути приділена питанням розподілу сфер відповідальності держави, місцевого самоврядування, приватного бізнесу щодо розвитку туризму, механізмам забезпечення приватно-публічного партнерства, критеріям оцінки ефективності виконання заходів, передбачених програмою, створенню реальних умов для безперешкодного доступу до туристичних ресурсів усіх, особливо дітей, молоді, пенсіонерів, а також інвалідів та інших осіб з обмеженими можливостями, для їх реабілітації, наданню додаткових податкових, організаційних та інших стимулів для пріоритетного розвитку національного, соціального, спортивно-оздоровчого туризму, удосконаленню системи статистичної звітності, стандартизації та сертифікації, оцінки туристичного потенціалу та нормуванню туристичних навантажень, шляхам розвитку відповідної інфраструктури, а також розширенню спеціальних аналітичних, науково-дослідних робіт, поліпшенню інформаційного забезпечення розвитку туризму в державі, розвитку міжнародного співробітництва, насамперед з Всесвітньою туристичною організацією, удосконаленню системи освіти у сфері туризму, забезпеченню визнання туризму як невід'ємної складової системи освіти, іншим питанням відповідно до сучасних потреб, удосконаленню відповідного законодавства.

2. Оргкомітету направити Ухвалу з висловленими учасниками Форуму пропозиціями до Кабінету Міністрів України для врахування їх у процесі доопрацювання проекту концепції державної програми розвитку туризму і курортів на подальші роки.

3. Учасники Форуму звертаються до Президента України, Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України із закликом відповідно до наданих їм повноважень вжити додаткових заходів для докорінного поліпшення розвитку національного туризму, збереження туристичних ресурсів, насамперед об'єктів, віднесених до переліку природних чудес України, заповідних та інших особливо цінних територій та об'єктів, як таких, що є

національним надбанням.

4. Учасники Форуму висловили глибоку вдячність організаторам за належну підготовку та проведення Форуму, а також голові Івано-Франківської обласної державної адміністрації за вітання та добрі побажання.

По завершенні Форуму прийнята Ухвала була передана до Кабінету міністрів України і, з відповідним розпорядженням – до виконання Державною службою туризму і курортів Міністерства культури і туризму України.

Висновок. Українське географічне товариство планує в подальшому щорічні проведення таких туристичних форумів у місцях, визначених як «Сім природних чудес України» з винесенням на громадське обговорення актуальних для розвитку національного туризму питань.

ДО ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ В ТУРИЗМІ

Розглядається питання єдності понятійно-термінологічного апарату в наукових дослідженнях, підготовці кадрів та в практичній діяльності туризму.

The question of unity is examined concept-terminology to the vehicle in scientific researches, training of personnels, and in practical activity of tourism.

Постановка проблеми. Наукові дослідження з туризму нараховують вже не один десяток років. За цей час в різних галузях знань накопичився аналітичний та теоретичний матеріал, який узагальнює на різних рівнях практику туризму як суспільного явища. Теоретичне знання з туризму тільки починає формуватися на базі напрацьованого тими науками, які давно визначили туризм в якості об'єкту дослідження: географії, історії, економіки, соціології, психології, культурології, філософії та інших наук. Актуальними питаннями сьогодення є формування туризмознавства як навчальної дисципліни, яка узагальнює практику туризму в усій багатогранності його суспільних проявів, та туризмології як теоретичного узагальнення туризму, яке має за мету прогнозування його розвитку.

Формування теоретичного знання спирається на методологію дослідження і проходить такі стадії: 1) збір фактів та формування технології (прийомів, операцій, процедур) їх обробки та представлення 2) вироблення власного методу дослідження; 3) напрацювання специфічної термінології (понять, категорій); 4) постановка робочих гіпотез та їх підтвердження (спростування), що є етапами формування окремих принципів, постулатів; 5) визначення окремих тенденцій (трендів) та закономірностей; 6) формулювання часткових та загальних законів функціонування об'єкту наукового дослідження. Виходячи з цього, можна стверджувати, що базовими у формуванні туризмології є власний метод дослідження та понятійно-категоріальний апарат.

Аналіз останніх досліджень з понятійно-термінологічних проблем туризмології дає підстави засвідчити значний інтерес до цього питання. Практично понятійно-термінологічний апарат формується разом із наукою про туризм, про що свідчить значна кількість термінологічних словників, наприклад, за редакцією І.В.Зоріна та В.О.Квартальнова (1999р.), М.Б.Біржакова та В.І.Нікіфорова (2002р.) – в Росії; в Україні – О.О.Бейдика (1997, 1998рр.), В.К.Федорченка (2000, 2006рр.) та деяких інших авторів. Базові терміни і поняття прописані в Законі України «Про туризм» (1995 та 2003 рр.).

Однак, незважаючи на численні спроби досягти єдності у трактуванні навіть базових термінів і понять, визначенні основних категорій, такої єдності не досягнуто. Такий висновок можна зробити читаючи численні навчально-методичні, наукові та популярні видання, присвячені туризму і його проблемам. Не має, нажаль, єдності у тлумаченні термінів, понять та категорій і в середовищі вчених. Часто різними термінами називаються одні й ті ж факти, що призводить до плутанини і тавтології. Негативно мають бути оцінені й терміни, вміщені в Законі України «Про туризм» (стаття 1), оскільки

вони не тільки не відбивають ролі туризму в суспільстві, а й спрощено та однобічно, не повно розкривають навіть ті нечисленні категорії і поняття, які вміщені в даній статті. А саме тут мають бути подані базові поняття та категорії, які в подальшому розкриваються в Законі.

Зважаючи на недосконалість діючого законодавства та роботу по його удосконаленню, яка провадиться Державною службою туризму і курортів Міністерства культури і туризму України, кафедра країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка провела робочий семінар-нараду науковців і практиків, які займаються проблемами розвитку туризму, присвячений напрацюванню базових термінів і понять з туризму. Метою семінару-наради було запропонувати до змін та доповнень до Закону України «Про туризм» базові терміни, які б розкривали не тільки особливості діяльності суб'єктів туристичного ринку, як зараз, а багатоаспектність туристичної діяльності (самодіяльності та самоорганізації населення, туристичної діяльності ринкових суб'єктів, регулювання туризму).

Дана стаття має за мету ознайомити з напрацюваннями семінару-наради, в якій взяли участь керівництво Державної служби туризму і курортів, Наукового центру розвитку туризму, науковці провідних університетів, науковці Інституту мовознавства ім. О.О.Потебні НАН України, практики туристичної діяльності, які представляли провідних тур операторів.

Попередній аналіз правових документів в сфері туризму UNWTO, країн-сусідів України дозволив визначити оптимальну кількість базових термінів, які включаються до законодавчих актів - біля 20. В процесі обговорення були визначені наступні базові терміни і поняття та запропоноване їх тлумачення.

Таблиця. 1. Запропоновані терміни

Термін	Визначення
Відвідувач	особа, яка, здійснюючи подорож, тимчасово знаходиться поза місцем постійного проживання
Турист	відвідувач, який здійснює подорож Україною або іншою державою з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін
Екскурсант	відвідувач, який здійснює подорож тривалістю до 24 годин (без ночівлі) і використовує послуги екскурсовода (гіда, гіда-перекладача)
Екскурсія	форма культурно-освітньої діяльності, що має на меті цілеспрямований, наочний процес пізнання, виховання через відвідування, за задалегідь розробленою темою, певних об'єктів зі спеціально підготовленим керівником (екскурсоводом, гідом, гідом-перекладачем)
Туризм	подорож особи, групи осіб від місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою або іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування
Туризм внутрішній	подорож в межах України з метою туризму осіб, які постійно проживають на території держави

<i>Туризм в'їзний</i>	подорож територією України з метою туризму осіб, які не проживають постійно на території держави
<i>Туризм виїзний</i>	подорож з метою туризму осіб, які постійно проживають в Україні, за межі своєї держави
<i>Туризм національний</i>	туризм внутрішній, в'їзний та виїзний в частині послуг, які надаються громадянину України в межах своєї держави
<i>Ресурси туризму</i>	об'єкти, території, явища, які за сукупністю своїх властивостей здатні задовольняти потреби відвідувачів
<i>Індустрія туризму</i>	сукупність взаємопов'язаних видів економічної діяльності, цільовим призначенням яких є організація споживання туристичного продукту
<i>туристичний продукт</i>	сукупність туристичних послуг та товарів, необхідних для повного задоволення потреб туристів, що виникають під час їхньої подорожі
<i>туристична послуга</i>	результат діяльності туристичного підприємства із забезпечення мотиваційних потреб туриста
<i>Туристичне споживання</i>	задоволення мотиваційних потреб туриста та потреб, пов'язаних із забезпеченням його життєдіяльності під час здійснення подорожі
<i>туристична інфраструктура</i>	сукупність об'єктів, закладів та установ, які сприяють процесам виробництва та споживання туристичного продукту.
<i>Дестинація</i>	місце, місцевість, де здійснюється споживання туристичного продукту
<i>Туристична діяльність</i>	вид економічної діяльності зі створення, просування, реалізації та організації споживання туристичного продукту, що здійснюється юридичною чи фізичною особою
<i>Туроператор</i>	юридична особа, яка здійснює туристичну діяльність
<i>Турагент</i>	юридична чи фізична особа, яка здійснює просування та реалізацію туристичного продукту
<i>Тур</i>	продукт туроператорської діяльності, представлений програмою, яка реалізується за певним маршрутом у визначені терміни і включає набір заздалегідь заброньованих послуг, узгоджених з туристом за метою та якістю
<i>Туристично-інформаційний центр (ТІЦ)</i>	установа, яка здійснює рекламно-інформаційне, науково-методичне обслуговування туристів, установ та підприємств

Переважає більшість пропонованих термінів має англійські аналоги, визначені UNWTO (Methodological Notes)

З огляду на розбіжності навіть у застосуванні слів «туристський» та «туристичний», які використовують або як синонімічні, або як тотожні, а, проте, мають різне тлумачення, учасники семінару звернулися за роз'ясненнями до філологів – фахівців з термінології Інституту морознавства ім. О.О.Потебні НАНУ, які запропонували такий підхід до застосування прикметника, що походить від іменника «туризм» або «турист»:

Туристський – той/який (предмет/дія) здійснюється власне туристом або характеризує предмети, що належать туристові. (Прикметник, який вживається в значенні дії, яка здійснюється власне туристом або характеризує

предмети, що належать туристу, тобто має конкретний, особовий зміст).

Туристичний – той/який (процес/явище) робиться заради туриста і характеризує процеси та явища, пов'язані з туризмом. (Прикметник, який вживається в значенні дії, спрямованої на туриста, яка робиться заради туриста і характеризує процеси та явища, пов'язані з даним видом економічної діяльності).

Напрацювання семінару-наради, яка відбулася 9 квітня 2009 р. на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка, були передані Державній службі туризму і курортів Міністерства культури і туризму України і оприлюднені на офіційному сайті для обговорення (www.mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/index), а також на сайті кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка (www.geo.univ.kiev.ua/?d_id=7).

Висновок. Уніфікація понятійно-термінологічного апарату туризму, який застосовується як в практичній діяльності, так і в системі підготовки кадрів та наукових досліджень, сприяє формуванню туризмології, тобто розвитку науки про туризм, свідчить про зрілість наукового напрямку та зрілість туризму як галузі економічної діяльності.

УДК 911.3

Смирнов І.Г.

НОВІТНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ МАРКЕТИНГУ

Представлено основні напрямки застосування новітніх інформаційних технологій у туристичному маркетингу. Запропоновано рекомендації для українських турфірм з «електронного» та «віртуального» маркетингу та відповідних каналів просування турпродуктів (створення та використання веб-сайтів, маркетингова стратегія тощо).

Represented main directions of modern information technology's application in touristic marketing. Proposed recommendations for Ukrainian travel bureaus considering "electronic" and "virtual" marketing and tourist products distribution channels (web-sites' creation and using, marketing strategy etc).

Постановка наукової проблеми. Міжнародний туристичний бізнес нині діє в умовах інформаційного або «електронного» суспільства, отже повинен використовувати повною мірою його досягнення, можливості та переваги. Це стосується і туристичного маркетингу, який теж зобов'язаний застосувати новітні інформаційні технології.

Літературні джерела та публікації з теми статті відображені зокрема, у виданнях ЮНВТО [1], у зарубіжних посібниках та словниках з маркетингу [2], у деяких українських матеріалах [3] та розробках автора [4; 5].

Метою статті є розкрити сутність, особливості, різновиди та напрямки використання нових інформаційних технологій у туристичному маркетингу, а також надати відповідні рекомендації українським турфірмам.

Виклад основного матеріалу. Маркетинг нині – це фахова дисципліна, що знаходиться в постійному розвитку, та є необхідною складовою розвитку бізнесу (в т.ч. туристичного) та суспільства. Є всі підстави вважати, що маркетинг здійснюватиме ще більш потужний вплив на різноманітні аспекти життя людської спільноти в ХХІ ст. Хоча зачатки рекламної діяльності можна

знайти ще в прадавніх суспільствах, у його сучасній формі, як професійна бізнесова дисципліна, маркетинг має біля 100 років. Перші відомі академічні курси з маркетингу почалися читатися в університетах Середнього Заходу США на початку XX ст. Нині, на початку XXI ст. маркетинг викладається як один з основних предметів бізнесових циклів навчальних дисциплін в університетах усього світу. У всіх видах бізнесової діяльності, великих компаніях та дрібних фірмах застосовується маркетинг. Він нині розвивається по експоненті і охоплює не тільки світ бізнесу. Маркетинговою діяльністю займаються вищі навчальні заклади, шпиталі, мистецькі заклади, політичні партії, шоу-бізнес, спортивні товариства та приватні особи – артисти, підприємці, спортсмени тощо. Навіть глибоко засекречені організації, такі як, наприклад, ЦРУ чи ФБР в США, Британська монархія чи Ватикан – всі вони мають свої промоційні веб-сайти, через які повідомляють про себе, свою мету – суспільство, своїх прихильників, своїх клієнтів та споживачів.

Отже нині маркетинг є обов'язковим для всіх видів діяльності, тобто всеохоплюючим. Компанії та організації не мають альтернативи щодо використання маркетингу в сучасному світі, оскільки маркетинг необхідний не тільки для успішної діяльності, але інколи просто щоб вижити в конкурентній боротьбі на ринку. Відомий вислів Роберта Льюїса Стівенсона, що «кожен живе, щось продаючи» нині може в повній мірі відноситися і до маркетингу. Існує багато теоретичних дефініцій та складних моделей маркетингу. Однак, у своїй підставі, маркетинг пов'язаний з глибинною сутністю міжлюдських зв'язків; яка полягає у тому, що люди виготовляють та обмінюють ресурси, товари та послуги на те, що вони потребують. При цьому люди прагнуть отримати ці товари та послуги в потрібний час, в потрібному місці і за відповідною ціною, застосовуючи зручний метод купівлі. Світові витрати на маркетинг зростають з кожним роком. Найбільш розвинений маркетинг в галузях виробництва споживчих товарів, зокрема в постіндустріальних країнах світу. Однак зростає вплив маркетингу на ринки індустріальних товарів та послуг, у т.ч. туристичних. Компанії-виробники товарів концентрують свою увагу на продуктовому маркетингу, демонструючи свою відмінність шляхом унікальності товарів та супутніх послуг. Компанії, що діють у сфері послуг, у т.ч. туристичних, роблять акцент на своєму іміджі, зміцненні репутації, безпосередніх зв'язках з клієнтурою, доводячи свої переваги, перш за все, високою якістю обслуговування та компетентністю персоналу.

Різні країни та культури також характеризуються різним відношенням до маркетингу. Так, в США, де зародилися перші маркетингові технології, маркетинг найбільш складний та просунутий. Тут маркетинг трактується як поважний фах, має високу суспільну оцінку та усвідомлення як центральний чинник економічного розвитку в порівнянні з іншими країнами. Велика Британія широко застосовує маркетинг в засобах масової інформації, комунікаціях, рекламі та торгівлі споживчими товарами, однак відстає щодо маркетингу індустріальних товарів та комерційного використання інновацій. Німеччина, з її міцним інженерним «корінням», навпаки, має міцні позиції щодо маркетингу індустріальних товарів, однак є слабкіша у відношенні маркетингу послуг, реклами та загальної маркетингової культури. Японія є

дуже просунутою в рекламі, маркетингових дослідженнях та маркетингу продукту (товару), однак не вважає маркетинг за фах і не готує відповідних фахівців у своїх університетах. Східна Європа, Росія та Китай, які традиційно звикли до використання контрольованої державою пропаганди в своїх країнах, нині все більше знайомляться та оцінюють необхідність маркетингу в міру того, як розвиваються ринкові відносини всередині цих країн та як поглиблюється їх інтеграція у світове господарство. Для багатьох країн, що розвиваються, маркетинг є дуже важливим щодо залучення іноземних туристів (та їх грошей) та прямих іноземних інвестицій. Нарешті всі країни нині незалежно від розміру території та чисельності населення, економічної міці чи стадії розвитку, мають зрозуміти та оцінити (багато це вже зробили) вплив Інтернету, як маркетингового знаряддя.

Зокрема у сфері туризму невід'ємною частиною маркетингової політики є інформаційні технології, серед яких саме Інтернет став неперевершеним лідером електронної комерції. Світова туристична організація (ЮНВТО) оцінила великі перспективи «електронного» маркетингу в туризмі, що знайшло вираз у виданні ґрунтовної праці «Маркетинг туристичних напрямків в режимі он-лайн. Стратегії інформаційної ери» (публікація Ділової ради СТО). Масове використання Інтернету означає вступ людства до нової епохи – Інформаційної ери. Разом з цим радикально змінюються запити споживачів. Використовуючи Інтернет, вони не тільки мають доступ до будь-якого обсягу інформації, але й можуть отримати її негайно. Це дуже важливо для індустрії туризму, оскільки турпродукт на момент купівлі являє собою інформаційний товар. Турист купує тільки право на авіаквиток, номер в готелі, харчування та програмне забезпечення в майбутньому. Отже рішення купити турпродукт, туристичний напрямок, відвідати його має підставою тільки інформацію, що запропонована туристу. Це можуть бути рекламні об'яви, брошури, рекомендації, інша інформація, що надана в Інтернеті, особливо у Всесвітній мережі (World Wide Web). Туристи отримують доступ до величезного обсягу відомостей щодо приймаючих центрів, закладеному в Мережі, та використовують ці дані, як основне джерело інформації при виборі туристичних напрямків. Тому сучасне гасло для організацій, що займаються маркетингом туристичних напрямків (ОМТН) є таким: Якщо ви не працюєте в режимі он-лайн, ви не можете продати ваш продукт на вашому основному ринку.

Мережа – це ідеальний канал для просування туристичних напрямків. Вона є глобальним середовищем. Розповсюдження інформації в регіоні, що знаходиться в іншій частині світу, коштуватиме не більше, ніж та сама операція в сусідньому регіоні. Оскільки турфірми беруть участь в конкурентній боротьбі, однією з їхніх можливих переваг є якість інформації. Туристи обиратимуть приймаючі центри переважно на основі отриманої ними інформації. Щоб забезпечити її кращу якість, ОМТН повинна підготувати більш атрактивний інформаційний пакет, ніж її конкуренти. Одне з ключових завдань ОМТН – створення бази даних мультимедійної інформації за туристичними напрямками для просування в режимі он-лайн. Така інформація має бути ґрунтовною, міститися в електронному форматі, а також регулярно перевірятися та оновлюватися. Необхідний обсяг інформації,

представлений в електронному форматі є підставою для створення Web-сайту, який можна передати в туристичні інформаційні центри. Саме таким чином ОМТН застосовує стратегію комплексної інформаційної системи, за якої єдине джерело інформації може використовуватися як до внутрішнього споживання в ОМТН, так і до зовнішнього – в Мережі або в партнерстві з третіми особами (серед них туроператори, що продають путівки до приймаючих центрів, а також компанії, що надають послуги, наприклад, з розміщення туристів). В міру того, як все більше споживачів у всьому світі віддаватимуть перевагу каналам розповсюдження он-лайн до набуття турпродукту, змінюватиметься вся туристична індустрія. На ринку з'явиться новий тип продавців глобального туристичного продукту. Нові канали електронного розповсюдження турпродукту надаватимуть перевагу новоприбулим, яким вже не треба буде вкладати кошти в матеріальну інфраструктуру, яка необхідна традиційним турагенціям, оскільки вони зможуть здійснювати діяльність як з окремого офісу, так і з гаража або власної квартири. Все, що їм треба, це отримати доступ до клієнтів. У цьому можуть допомогти пошукові директорії Інтернету - Yahoo!, Excite або Lycos, а також виробники програмного забезпечення Microsoft або Netscape. Якщо ці компанії мають клієнтів, що працюють з ними в режимі он-лайн, їм достатньо вкласти кошти в новий туристичний бізнес з обслуговування цих клієнтів в цьому режимі. Нові гравці зможуть також запропонувати оригінальні способи продажу турпродукту, наприклад, аукційні сайти, де споживач сам встановлює ціну. Вони до речі, вже стають популярними серед тих клієнтів, які при купівлі турпродукту шукають найвигіднішого співвідношення ціни та якості.

Існують чотири типи туристичних компаній, що створюються на підставі вищевикладених процесів. Перший тип – це великі гравці глобального мірила; набуваючи дрібні фірми, вони намагаються отримати «економію від масштабу». До них відносяться такі туристичні компанії як Carlson Wagonlit (США), Airtours (в Європі). За умов ідеального ринку допускається існування однієї компанії - переможця, що витіснить інші фірми за рахунок низьких цін. На реальному ринку можливе співіснування декількох гігантів, діяльність яких не перетинається завдяки недосконалості ринкових бар'єрів та необізнаності споживачів.

До другого типу належать компанії, які вважають, що успіх гарантується тісними взаємовідносинами з покупцем. У випадку універсального магазину Markx & Spenser, роздрібної мережі Wal – Mart чи розважальної корпорації Disney, вони існують та отримують прибуток за рахунок довіри клієнтів. Такий посередник може диверсифікувати свій основний продукт у продукт, що не потребує коштовної матеріальної інфраструктури, як, наприклад, туризм та подорожі.

Третій тип компаній – власники порталів. Такий посередник контролює зв'язок з зовнішнім ринком. Прикладом таких компаній можуть бути власники кабельного телебачення (Cable Wireless) або пошукових систем Інтернету (наприклад, Google). В усіх випадках, коли клієнти виходять в режим он-лайн, вони це роблять через портали, отже у власників останніх з'являється можливість продати клієнтам по електронних каналах такий продукт, як

подорож.

До четвертого типу компаній відносяться ті, що займають певну нішу на ринку туристичних послуг, існують багато років і процвітають. Це, як правило, дрібні компанії з вузькою спеціалізацією або ті, що продають спеціалізовані тури. Споживачі завжди звертатимуться до організацій, які розуміють їхні специфічні потреби, і завдання ОМТН полягає в тому, щоб підтримати фахівців, які продають їхній туристичний напрямок. Діяльність подібних вузькоспеціалізованих компаній більше не стримується витратами з подолання географічних бар'єрів. Ці компанії можуть вирішувати глобальні завдання. Лише за декілька сотень доларів на оплату послуг провайдерів Інтернету за вмілого планування та розрахунку, світові туристичні ринки можуть бути підкорені компаніями, які ще декілька років тому і подумати не могли, щоб вийти за межі своїх національних кордонів.

Отже система глобальних продаж стала доступною дрібним фірмам (таким, наприклад, як британський туроператор Sportscar – Tours, який запропонував зовсім новий спеціалізований продукт – подорож Великою Британією на спортивних автомобілях марки Морган, що передбачає особливу стратегію просування в Мережі – через пошукові директорії та посилення у Web-сайтах автомобільних ентузіастів)

Маркетинговий простір Мережі можна представити у вигляді матриці, яка являє собою трьохвимірне зображення (**рис.1**). Її три виміри уособлюють такі елементи, як споживачі (клієнти), продукти (тур), місце (дестинація).

Споживачі – це клієнти турфірм, починаючи від «новачків» (які стримано відносяться до придбання подорожі через Мережу, користуються цією можливістю не часто – один – два рази на рік) та закінчуючи «досвідченими» (які добре знайомі з можливостями Інтернету, до того ж подорожують часто). Продукт – це туристичний продукт компанії, який може змінюватися від простого (наприклад, готельний номер або зворотній квиток) до складного (маршрут з багатьма зупинками). Місце – одна з характеристик продукту (туру), при цьому важливо знати, чи є це продукт виїзного туризму, який користується попитом у глобальному мірілі (наприклад, готельне розміщення в міжнародному туристичному центрі) або продукт, що має локальні характеристики (пакет туристичних послуг з вилітами з місцевих летовищ).

Рис. 1. Матриця маркетингового простору Інтернету

Користуючись трьохмірною матрицею, можна розмістити туристичні організації в її межах. На рис. 1 зображені туристичні фірми трьох типів – А, В, С. До типу А відносяться дрібні туроператори, які продають пакети туристичних послуг з вилітом з малого місцевого летовища. Турфірми типу А знаходяться в нижньому лівому куті матриці і це говорить про те, що вони мають найменший ринковий попит на свій продукт в Інтернеті. Компанії типу В знаходяться в центрі. Компанії типу С мають найбільші шанси отримати солідний дохід від Інтернет – продажу турпродуктів. До таких компаній можуть відноситися, наприклад, національні авіакомпанії, продукт яких є глобальним, оскільки їхні літаки доставляють пасажирів у дану країну звідусіль. Її маркетинг доцільно орієнтувати на бізнес-подорожуючих, які мають досвід роботи в Інтернеті, їм зручно купувати квитки в режимі он-

лайн. Продукт, який авіакомпанія пропонує – це зворотній квиток, отже засада угоди проста і зрозуміла. Компанії, що належать до типу С, повинні здійснювати великі інвестиції, підтримуючи свою присутність в Мережі та використовувати всі переваги електронної торгівлі, які дозволяють відвідувачам сайту перевірити наявність місць та придбати квиток в режимі он-лайн, розрахувавшись кредитною карткою. Незважаючи на те, що найвигіднішою присутність в Інтернеті є для фірм типу С, у Мережі можна знайти представників всіх категорій, що, наприклад, видно з списку директорії Yahoo! Так, активно працюють в Інтернеті: American Express (Amex) – велика тур агенція з світовою репутацією; STA Travel – міжнародна агенція-посередник, що спеціалізується на студентському туризмі; Sportcar Tours – дрібний туроператор в'їзного туризму з спеціалізованим продуктом; Kuoni – великий швейцарський туроператор, що спеціалізується на далеких туристичних маршрутах; Forte Hotels – світовий готельний ланцюг (Велика Британія). Кожна з цих компаній зіштовхується з різноманітними проблемами, намагаючись здобути успіх у збуті свого продукту через Інтернет, причому характер проблем залежить від типу компанії та властивостей продукту.

Завдання національних, регіональних та місцевих туристичних адміністрацій в Україні, як також і ОМТН, полягає в тому, щоб не відстати від прогресу та увійти до Інформаційної ери разом з усім світом. Керівники солідних туристичних компаній в Україні вже зрозуміли, що без свого фірмового Web-сайту не обійтися. В сучасних умовах існує потреба формувати маркетингову стратегію в мережі Інтернет. Це стосується питань вивчення туристичних ресурсів; споживчого попиту; пропозицій інших туристичних підприємств (вітчизняних і зарубіжних); ознайомлення з уже діючими та новими нормативно-відомчими документами з питань туризму через сервери правового та бізнесового характеру; професійного створення Web-сайту, його маркетингової підтримки та просування; оперативного оновлення рекламного матеріалу, насичення новими розділами та їх компонентами; оцінка ефективності (кількість звернень, обсяг продажу послуг через електронний канал за певний період); розробка маркетингово-тактичних рішень за результатами досліджень та спостережень.

За рахунок створення Web-сайту в Інтернеті туристичні компанії отримують великі переваги: необмежений обсяг отримання інформації економічного, правового, підприємницького, природно-рекреаційного, туристичного характеру; зручне подання рекламного матеріалу та оперативне його оновлення; розширення цільової аудиторії та географії розповсюдження послуг. Також – це легкість входження й орієнтації та ширший доступ до аудиторії потенційних користувачів – приватних осіб, корпоративних клієнтів, компаній; можливість замовлення туру, авіаквитку, бронювання номеру в готелі, оренди автомобілю, інших додаткових послуг під час здійснення подорожі та проведення дозвілля; реєстрація кількості відвідувачів сайту на основі наявного лічильника.

Туристичне підприємство в цих умовах перетворюється на віртуальний офіс з організації «електронного» туризму, «місце зустрічі» туроператорів та турагенцій, турфірми та її постійних клієнтів. У структурі Web-сайту

туристичної компанії слід передбачити інформацію про тури, що пропонуються, в режимі он-лайн, програми і маршрути, ціни і пільги, стислу характеристику країн відвідування, їх туристичних ресурсів, порядок в'їзду, умов розміщення в готелях і номерах, сервісне обслуговування (транспортні, страхові, екскурсійні, розважальні послуги), форму замовлення тощо. При цьому доцільно органічно поєднувати текстовий та візуальний матеріал (фото, карти, схеми), банери.

Використання «пошукової машини» забезпечить зручність при знаходженні потрібної інформації у внутрішньому середовищі Інтернет-продукту. Найкращий варіант – представлення версій трьома мовами – українською, російською, англійською, що дозволить розширити коло клієнтів зі складу громадян України, туристів «ближнього» та «далекого» зарубіжжя. На ефективність сайту впливають такі чинники: якість виконання, технічні можливості, актуальність інформації, зміст та обсяг бази наданих основних та додаткових послуг; умови і зручність їх придбання для клієнтів; репутація фірми.

Досить часто керівники турфірм вважають, що досить створити сайт фірми і помістити його в Інтернеті і можна одразу очікувати величезних результатів щодо збільшення обсягів продажу туристичних послуг, швидкої окупності вкладених коштів тощо. Однак ці сподівання можуть не справдитися, оскільки інформаційний продукт, як і будь-який інший, потребує маркетингової та рекламної підтримки. Маркетингова стратегія просування туристичного сайту передбачає: 1. Розміщення в найбільш популярних українських пошукових системах. 2. Вхідження до інформаційно-туристичних систем, розміщення в інших туристичних серверах. 3. Подання своєї інтернет-адреси в журналах, газетах, каталогах, проспектах, путівниках, плакатах, календарних, рекламних виставкових стендах, інформаційних листках, фірмових теках для ділових паперів, візитках, навчальних посібниках та підручниках тощо. 4. Створення та рекламування компакт-дисків туристичного призначення. 5. Демонстрація рекламного матеріалу сайту клієнтам-потенціальним туристам в офісі фірми за допомогою комп'ютерного оснащення. 6. Презентація інформаційного продукту на туристичних виставках, салонах, під час проведення конференцій, бізнес-зустрічей, прийому делегацій. 7. Висвітлення передового досвіду, структурної побудови і функціонально-технологічного потенціалу найвідоміших серверів українських та зарубіжних туристичних компаній, готелів, санаторно-курортних закладів, та їх об'єднань тощо. 8. Виявлення недоліків і проблем, що існують, надання рекомендацій щодо покращення змістовного наповнення та якісних параметрів інформаційних технологій через засоби масової інформації, у т.ч. електронні видання. 9. Використання можливостей розміщення в Інтернет-ресурсах, які мають високі рейтинги (за наявності англійської, німецької, французької, іспанської та італійської версій).

На українському ринку товарів та послуг потенційним туристам необхідна регулярна сучасна інформація про споживчий попит та пропозицію. Серед ресурсів українського Інтернету таку допомогу може надати спеціалізована «Довідкова з туризму», розроблена фірмою "Б.Н.Б.

Інформ". Головне завдання ОМНТ в Україні – формування банку даних туристичних фірм, готельних закладів, страхових, транспортних компаній та їхніх послуг. При цьому інформація має бути швидкою, надійною, змістовною, логічно структурованою до пошуку та зрозуміння, а також представлена в режимі реального часу (он-лайн) з тим, щоб постійно оновлюватися.

Будь-який користувач Інтернету має вільний доступ до входження на Web-сайт «Довідкова з туризму» для ознайомлення з пропонованими послугами російською мовою та використання інформації. Основу цього сайту складають такі розділи, як «Туристичні послуги», «Замовлення», «Інформація про нас», «Наші партнери», «Цікава інформація», «Як з нами зв'язатися». Зокрема в розділі «Туристичні послуги» поданий опис сегментних ніш. Це тури на найближчі дні, шоп-тури, відпочинок, круїзи, навчання, лікування, дитячі та екскурсійні тури, автобусні та річкові маршрути. Стосовно кожного туру зазначаються: країна, маршрут, тривалість поїздки (діб), умови розміщення, додаткова інформація (вид транспорту, вартість туру, строк та умови виїзду), назва туристичної компанії, яка пропонує послугу, дані про контактний зв'язок.

У новому туристичному Інтернет-ресурсі представлено інформацію про туристичні компанії з різних регіонів України. Серед відомих київських – «САМ», «Яна», «Пан-Юкрейн», «Олімп-Тревл ЛТД», «Гамалія», «Світ-Тур», «Галопом по Європах», «Київзовніштур», «Хелзтур», «Христофор Колумб», «Орбіта», «Турс-Київ», «Інтерпрофтур», «Укртехінтур», «Либідь-Київ», «Укркурортсервіс» та ін. У базі даних є туристичні компанії Харкова, Донецька, Дніпропетровська, Одеси, Львова, Запоріжжя, Севастополя, Сімферополя, Ужгорода, Сум тощо. Що стосується підприємств готельного господарства, то тут вказуються такі реквізити: назва готелю, його місцезнаходження, телефон, вартість номерів та їх категорії.

У розділі «Туристичні послуги» можна також розмістити чи ознайомитися з інформацією про авіалінії, автобусні, залізничні та авіаквитки, прийом зарубіжних та вітчизняних туристів, посольства та консульства, оформлення закордонних паспортів, дитячих проїзних документів, страхування, туристичні видання та путівники, виставки, інші послуги (оренду автобусів і легкових автомобілів). Якщо клієнт не знайшов на даному сайті потрібної інформації відносно майбутнього відпочинку, то він може оформити замовлення за встановленою формою. Для цього призначено розділ «Замовлення», де на клавіатурі слід набрати такі дані: назва країни, маршрут, кількість днів, вид транспорту, ранг готелю, тип харчування, додаткова інформація, а також прізвище, ім'я, по-батькові, телефон, факс, e-mail. Після заповнення вищеназваних відомостей повідомлення автоматично передається агенції до виконання з подальшим інформуванням клієнта щодо результатів пошуку.

Для того, щоб ознайомитися з загально-супровідними питаннями організації та документального оформлення зарубіжних поїздок, клієнт може звернутися до розділу «Цікава інформація». Тут міститься корисний матеріал стосовно купівлі страхового полісу та умов страхування, віз і ваучерів, відпочинку на гірськолижних курортах. Це допомагає туристам

зорієнтуватися та належним чином підготуватися до поїздок, зменшити ступінь ризику, дотримуючись вимог чинного законодавства України та міжнародних правил. Привабливість довідкової служби полягає в тому, що надається можливість запропонувати експрес-інформацію, яка дозволяє, з одного боку, інтенсифікувати процес продажу деяких турпродуктів, а з іншого – терміново задовольнити потреби в поїздках у межах України та за кордон. При цьому потрібна інформація може надаватися не лише через Інтернет, але й багатоканальними мережами. Таким чином, запровадження «електронного» маркетингу та Інтернету в сфері українського туризму забезпечує ефективне позиціонування турфірм та їх послуг, прискорює процес просування рекламного матеріалу на внутрішньому та зовнішніх ринках, сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності, знаходженню нових клієнтів та вигідних партнерських зв'язків.

Індустрія подорожей буде успішно розвиватися в майбутньому. Через 25 чи 50 років люди з задоволенням будуть їздити до нових туристичних центрів. Інформаційні продукти споживачі отримуватимуть в режимі он-лайн. Якщо вони захочуть купити подорож (а це інформаційний продукт на момент купівлі), то всю необхідну інформацію та операції вони будуть здійснювати тільки через Інтернет (оскільки тут більше інформаційних можливостей, ніж у найкращій турфірмі). Отже традиційна одно канална схема купівлі авіаквитку або туру буде замінена на багатоканальну модель розподілу. У чому їх різниця? Одноканальна схема передбачає зв'язок авіакомпанії (або турфірми) з споживачем лише через центр бронювання (замовлення) по телефону або через агента, який з споживачем спілкується особисто або телефоном, а до авіакомпанії надає замовлення телефоном. Відповідно далі відбувається комп'ютерна обробка отриманого замовлення в авіакомпанії (або турфірми) (рис.2).

Рис.2. Традиційна (одноканальна) модель набуття тур продукту

За умови використання багатоканальної моделі розподілу споживач може виходити безпосередньо на авіакомпанію (турбюро) з метою замовлення авіаквитку (туру) через: а) Інтернет; б) персональний комп'ютер; в) інтерактивне телебачення; г) мобільний телефон; д) мережеві приставки. Такі самі канали споживач може використати, щоб здійснити замовлення через агента. Але за багатоканальної системи розподілу замовлення клієнта одразу надходять до комп'ютерної системи авіакомпанії (турфірми), де його обробка здійснюється в автоматичному режимі (рис.3).

Рис.3. Новітня (багатоканальна) модель набуття турпродукту

Купівля подорожі в Інформаційну еру можлива також за допомогою «смарт-карти». Це кредитна картка з мікросхемою, яка дозволяє запам'ятовувати значно більше даних про власника карти та гарантувати більшу безпеку, ніж магнітні ленти більшості кредитних карток. Більше того, мікросхема не тільки має більший обсяг пам'яті, але й розподіляє дані, що відносяться до різних сфер застосування за різними ділянками пам'яті.

Ділова рада СТО вважає, що «смарт-картки» відіграватимуть провідну роль в міжнародному туризмі вже в недалекому майбутньому. Так, компанія

Master Card, що зайнята в обслуговуванні «смарт-карток» нині оцінює загальний обсяг світових витрат на подорожі та розваги у понад \$110 млрд. За оцінками компанії витрати, здійснені за допомогою «смарт-карток» уже в 2010 р. перевищать загальний обсяг готівкових витрат та стануть найбільшим сегментом витрат (понад \$2 трлн.). Розрахунки за «смарт-картками» запроваджують багато туристичних та транспортних організацій. Так, авіакомпанії Luftgansa та American Airlines дозволяють постійним клієнтам реєструватися на рейси за «смарт-картками». Готельний ланцюг Hilton у партнерстві з American Express запровадили для клієнтів систему самообслуговування за «смарт-картками» при реєстрації в готелях. Передбачається, що в майбутньому «смарт-картка» виконуватиме такі функції, як ідентифікація особи, проїзний документ, оплата послуг. Конкретно по відношенню до туристичних послуг, це означає можливості використання «смарт-картки» замість усіх документів, потрібних нині, в процесах: а) бронювання місць в готелях та транспортних квитків; б) трансферу до/з аеропорту; в) проходження всіх формальностей в аеропортах; г) реєстрація в місці прибуття (замість паспорту); д) оренда автомашини; е) реєстрація в готелі; є) повернення до фірми та відповідні звіти та розрахунки.

Недарма власники курортів такі, як компанія Club Med, почали використовувати електронні системи оплати типу «смарт-картки» в своїх закладах, що позбавляє відпочиваючих необхідності мати при собі готівку. Такий досвід готові перейняти в інших регіонах, наприклад, на острові Джерсі (Вел. Британія). Переваги картки щодо готівки очевидні. Нині банки та інші фінансові установи працюють над створенням єдиних стандартів, які дозволяють користувачам переводити гроші на «смарт-картки» за допомогою мобільних телефонів. Через декілька років можна чекати, що мобільні телефони та ПК будуть мати пристрої до оплати послуг «смарт-картками». Отже, аргументи на користь глобального використання «смарт-карток» очевидні. Єдина проблема полягає в тому, що чим більше турист залежить від картки при організації міжнародної поїздки, тим більш тяжкі наслідки може мати ситуація, коли картка дає збій.

Висновки. Таким чином, організації, що займаються маркетингом туристичних напрямків, у т.ч. в Україні, мають всі підстави, щоб з вигодою використати переваги Інформаційної ери. Наприклад, можна уявити недалеке майбутнє, коли не треба буде друкувати коштовну рекламну літературу. Замість цього потрібна буде лише одна електронна копія, щоб через Інтернет донести інформацію до всіх туристів світу. Або через ту саму причину відпаде необхідність створення туристичних представництв за кордоном. Замість цього, щоб обслужити весь світ, потрібна буде лише одна централізована організація, що працює в режимі он-лайн. Інформаційна ера змінює стиль життя, стандарти туризму та маркетингові підходи в туризмі.

1. Маркетинг туристических направлений в режиме он-лайн: стратегии информационной эры: Издание ВТО. – Мадрид, 2000. – 197с. 2. Doyle Ch. Marketing: Collin's Internet – Linked Dictionary. – London, 2005. – 364с. 3. Виноградська А. Інтернет у системі маркетингових комунікацій туристичних фірм // Маркетинг и реклама. – 2000. – № 7-8. – С. 51-55. 4. Смирнов І.Г. Маркетинг в туризмі: програма для студентів спеціалізації «Менеджмент міжнародного туризму». – К. КНУКІМ, 2006. – 22с. 5. Смирнов І.Г. Маркетинг в туризмі: Робоча програма для студентів спеціалізації «Менеджмент міжнародного туризму». – К. КНУКІМ, 2006. – 88с.

*ПР І РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ ВАТ «ІНТУРИСТ» УКРАЇНСЬКОЇ РСР У
70-Х РР. XX СТ.*

В статті розглянуто ПР і рекламну діяльність провідної організації в галузі іноземного туризму Радянського Союзу ВАТ «Інтурист» як в Україні, так і за кордоном у 70-х р. XX ст. Проаналізовано участь у міжнародних ярмарках та туристичних виставках, співпрацю з засобами масової інформації, рекламу турів до соціалістичних країн, анкетування туристів. Зазначено, що діяльність республіканського Управління носила централізований, суворо регламентований характер, була спрямована на піднесення міжнародного авторитету СРСР та УРСР, враховувала світові тенденції розвитку туризму, але була обмежена недостатністю повноважень.

This article considers PR and advertisement of the main foreign touristic organization of the Soviet Union JSC "Intourist" in the 70th of the 20th century in Ukraine, as well as abroad. Participation in international exhibitions, cooperation with mass media, advertisement of tours to socialistic countries, polls of tourists are analyzed. It is mentioned, that the activities of the Republican Administration were strictly regulated and centralized, and was aimed to improve the international authority of USSR and the Ukrainian SSR, with the consideration of tendencies of tourism development in the world, but was limited by lack of powers.

Статтю написано в рамках дисертаційного дослідження на тему «ВАТ «Інтурист» Української РСР: основні напрями роботи (70-80 рр. XX ст.)» відповідно до планів наукових досліджень Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького.

Об'єктом статті є історичні аспекти іноземного туризму в Україні. Предметом – розвиток іноземного туризму в Українській РСР на основі діяльності ВАТ «Інтурист» в 70-х рр. XX ст., сукупність форм і методів туристичної діяльності цієї організації. Мета полягає у тому, щоб на основі широкої джерельної бази провести узагальнюючий аналіз ПР і рекламної діяльності ВАТ «Інтурист» УРСР як в Україні, так і за кордоном.

Статтю підготовлено на основі неопублікованих архівних матеріалів з фондів Центрального Державного архіву вищих органів влади та управління, м. Київ.

ВАТ (Всесоюзне акціонерне товариство) «Інтурист» було створено у 1933 р. До кінця свого існування у 1988 р. воно залишалось провідною організацією в галузі іноземного туризму Радянського Союзу, головними завданнями якої були прийом та обслуговування іноземних туристів та проведення з ними відповідної до планів КППС і Радянського Союзу агітаційної роботи. Питанням історії створення і діяльності цієї організації присвячено чимало робіт як радянських [1], так і сучасних російських [2] і українських авторів [3]. Однак жодної роботи не було присвячено такому аспекту її діяльності як реклама і ПР.

З середини 1950-х рр. відбувалась активна інтеграція Радянського Союзу в систему міжнародного туризму, який поступово перетворювався у потужну галузь економіки з усіма притаманними їй маркетинговими комунікаціями, зокрема рекламою та зв'язками з громадськістю. Завершення етапу «холодної війни» сприяло формуванню нових підходів до міжнародного туризму в уряді Радянського Союзу. Постановами Ради Міністрів СРСР від 22 серпня 1964

№695-288 та Ради Міністрів УРСР від 15 грудня 1964 р. №1232-51 було створено Управління іноземного туризму при Раді Міністрів УРСР. Управління було союзно-республіканським органом державного керування, підпорядкованим Раді Міністрів УРСР та Головному Управлінню по іноземному туризму при Раді Міністрів СРСР. Серед основних завдань, у своїй більшості агітаційно-пропагандистської направленості, було зазначено, що республіканське Управління разом із Головним Управлінням по іноземному туризму при РМ СРСР виконує заходи по рекламі іноземного туризму до УРСР, видає путівники, проспекти, буклети та інші рекламні видання для іноземних туристів. Мета рекламної роботи: популяризація іноземного туризму в Українській РСР, досягнень республіці в будівництві комунізму, а також реклама видатних місць та додаткових послуг.

Рекомендації другої економічної конференції Головного Управління по іноземному туризмі при Раді міністрів СРСР 1971р. у Москві носили більш маркетинговий характер, зокрема, ставились наступні завдання: збільшувати валютні надходження від туризму, поширювати географію подорожей, забезпечувати завантаженість міст, збільшувати подорожі іноземних туристів в несезонний період, глибоко вивчати туристичний потенціал зарубіжних країн, проводити аналіз і прогнозування ринкової кон'юнктури; систематизувати основи торгівельної політики Головного управління на ринках соціалістичних та капіталістичних країн. З метою створення сталих потоків іноземних туристів в СРСР розробити в 1971-1972 рр. методи торгівельної політики на основних ринках капіталістичних країн, які забезпечать перехід від принципу пасивного збору замовлень від фірм до принципу активного використання потенціалу туристичних ринків; вивчати нові форми та методи туристичної торгівлі, створювати та активно використовувати комерційну рекламу.

В Москві періодично проводили семінари-наради з питань інформаційно-пропагандистської та рекламної роботи, на які запрошували керівника відділу інформації Управління, інспектора з реклами, керівників відділів гідів-перекладачів, керівників мовних груп, методистів відділень, в першу чергу Київського, Одеського, Харківського, Ялтинського та Львівського [4, с. 75]. На виконання нових директив Головного Управління та з метою посилення реклами туристичних подорожей до Української РСР у рекламній діяльності республіканського Управління з'являються такі форми роботи, як участь у міжнародних ярмарках, в першу чергу, соціалістичних країн. Наприклад, Управління брало участь у міжнародному ярмарку в Пловдиві (НРБ) з 24.09 по 02.10.72 р. Було підготовлено стенд із картою УРСР, кольоровими фотографіями з текстами (20 міст, багато численні музеї-заповідники, картинні галереї, 66 професійних театри запрошують), рекламувались круїзна подорож по Дніпру, чорноморські круїзи, міжнародні порти Ялта, Одеса. Поруч із об'єктивною, правдивою інформацією наводилась відверте перебільшення щодо « відмінних доріг та обслуговування» [5, с.25]. Наказом №223 від 18.10.1971р. Головне управління доручило республіканському Управлінню організацію проведення пересувної виставки «Радянський Союз – країна туризму». За розміром це мала бути малогабаритна, легко пересувна виставка

з наступними темами: загальні маршрути «Інтуристу» по Радянському Союзу, розповідь про туристичні можливості і маршрути Української РСР. Текст для прес-конференції було узгоджено на місці з вищими партійними інстанціями, Головлітом УРСР і затверджено в Управлінні охорони державної таємниці у засобах масової інформації. План виступу містив наступні теми: 1) «Україна – друга за населенням та економічним розвитком союзна республіка СРСР, 2) «мальовнича природа, пам'ятники історії і архітектури, життя гостинного народу та його успіхи у розбудові комуністичного суспільства», 3) круїз по Дніпру – «Блакитний простір, сонце, мальовничі береги, готелі на воді», відпочинок в Ялті та Одесі [6, с. 30]. Підготовка виступів на виставках із стандартною назвою «СРСР – країна туризму» в соціалістичних країнах також вимагала від Управління узгодження тексту з вищими партійними органами, та Головлітом УРСР. В результаті такої співпраці текст набував відверто агітаційно-пропагандистського характеру. Зокрема, на виставці у Чехословацькій Республіці у 1973 р., у виступі голови Управління зазначалось наступне: «Курс на мирне співіснування та тісну співпрацю народів було ще раз закріплено на XXIV з'їзді КПРС. Україна сьогодні – одна з найбільш розвинутих країн світу із високо розвинутим сільським господарством », наводилася наступна статистика: на Україну припадає 8-10% світового виробництва чавуну, сталі, тракторів, залізної руди, вугілля; 8,5% цукру-піску. І тільки після наведення історичної та політико-економічної інформації докладно рекламувався круїз по Дніпру (на комфортабельному дизель-електроплаві «Радянський Союз») із відвіданням Києва, могили та музею Тараса Шевченка у Каневі, Черкас, Світловодська із найбільшою ГЕС Дніпровського каскаду тощо. Поруч із рекламою таких видатних міст як Одеса (місто «революційних, бойових та трудових традицій»), Ялта, Львів пропонувались спеціальні подорожі, наприклад, для машинобудівників до Харкова, шахтарів у Донецьк, металургів до Запоріжжя [7, с. 15].

З метою посилення реклами туристичних подорожей до УРСР наказом ГУ № 206 від 17 серпня 1973р. делегація України брала участь в міжнародному ярмарку в Загребі (СФРЮ) 12-22 вересня 1974р.[8, с. 77].

Іншим напрямом рекламної діяльності була реклама турів до соціалістичних країн для радянських громадян. Подібні акції республіканське Управління проводило спільно з Радою профспілок та партнерськими турфірмами соціалістичних країн. Зокрема, 7-9 вересня 1971р. відбулися «Дні туризму Німецької демократичної республіки». Всі витрати брало на себе Бюро подорожей НДР. У 1973 р. відбулися виставки «Румунія - країна туризму» у Донецьку, «Болгарія – країна туризму» у Львові. У Харкові пройшла виставка «Польща – країна туризму», у Києві виставки, присвячені туризму в ЧССР та ВНР. Проте Управління відзначало, що у оформленні внутрішньої реклами багато примітивізму [9, с. 13]. За рахунок Головінтуристу у 1972-74 рр. видаються буклети по Харкову, Херсону, Запоріжжю тощо, «Круїз по Дніпру», проспекти «Відвідайте Українську РСР», «Київ», «Ялта», плакати. Рекламна продукція направляється на міжнародні виставки до Фінляндії, Швеції, Чехословаччини, Югославії, до постійних представництв УРСР при ООН.

Спільно з Держкомвидавництвом УРСР протягом 1976-1980 рр. було

видано 109 найменувань «пропагандистської» літератури іноземними мовами [10, 28]. Серед капіталістичних країн особливе значення для іноземного туризму Радянського Союзу мали Фінляндія та Франція. Рекламні акції в цих країнах носили більш комплексний характер. Проводились прес-конференції щодо розвитку туризму, до участі в яких запрошувалось багато туристичних фірм, зокрема, в прес-конференції у Фінляндії 1972 р., брали участь наступні бюро подорожей: Балкантурист, Ломаматка, Калева, Ареа, Букинг, Віктор ЕК, Туристична Спілка Фінляндії, Місцеве туристичне бюро Хельсінкі. В 1973р. там же у Фінляндії пройшли Дні радянської культури на прикладі досягнень Української РСР. Участь в них брали офіційна делегація, ансамбль танцю, спортсменки з художньої гімнастики, група працівників будинків моди для показу моделей українського одягу, 2 кухаря. Проводились фотовиставки «Радянська Україна», «Українське сучасне народно-декоративне мистецтво», «Архітектура Києву», проводились виставки живопису, естампу [11, 12].

Виставки було організовано також у країнах, що розвиваються: у Лівії, Арабській Республіці Єгипет, Туреччині, Дамаску, Алжирі, Іраку, Бразилії, Ірані, Колумбії, Нігерії, Чилі. Керівники Управління за вказівками Головінтуристу проводили бесіди з іноземними журналістами, де розповідали про перспективи розвитку туризму на Україні. Зокрема, 23.04.76 проходить зустріч з журналістом з Індії Анантом Дейя, 28.05.76 з журналістом Берлінського радіо (НДР) Вундерліхом Хайнцом, якого інформують про подвоєння готельної бази в Києві до 1980р. 25.10.76 проходить зустріч з редактором японського щотижневика Нобору Сугібаяси, який здійснив подорож за маршрутом Кишинів – Одеса – Київ [12, 15]. В цей час значна увага приділяється роботі з пресою, радіо, телебаченням. Так, в Одесі протягом 1976 року було 37 публікацій, в тому числі інтерв'ю з іноземними туристами. Для інтерв'ю обирались туристи, які могли висловити задоволення перебуванням в Радянському Союзі, зокрема в УРСР. Наприклад, подружжя Бікел з США: «У вас не має наркоманії, нерівності, приватного підприємництва. У вас рівні для всіх умови та права отримати освіту, безкоштовне медичне обслуговування, у вас найнижча в світі квартирна платня, найбільш стабільні ціни» [13, с.28]. Протягом 1971-1975рр. в Україні було надруковано більше 120 статей, інтерв'ю, присвячених іноземному туризму, спільно з редакцією іномовлення Українського радіо вийшло 32 рекламно-інформаційні передачі та інтерв'ю [14, с.75].

Проводилось анкетування туристів. Частина туристів відмовлялась від участі в ньому. В основному туристи були задоволені програмою перебування, роботою гідів-перекладачів, але одна третина висловлювалась негативно щодо обслуговування в ресторанах (повільно та зневажливо) та на автотранспорті. За винятком значної частини туристів з НДР (40% негативно) майже всі хотіли б ще раз відвідати Радянський Союз [15, 29].

Таким чином, рекламна та ПР – діяльність ВАТ «Інтурист» носила централізований, суворо регламентований характер, була спрямована на піднесення міжнародного авторитету СРСР та УРСР, враховувала світові тенденції розвитку туризму, але була обмежена недостатністю повноважень

1. Ананьєв М. Международный туризм. – М., 1968.-208с.; його ж. Основы международного туризма.-Ч.1: Предпосылки возникновения и развития международного туризма. Учебное пособие. – М.1978.-67с.; Немоляева М.Э., Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра. – М.,1985.-174с.; Крючков А.А.История международного и отечественного туризма. –М.,1999.-94с. 2. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства: Учебное пособие.- М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.-304с.; Крючков А.А. История международного и отечественного туризма. – М.: НОУ «ЛУЧ», 1999.-94с.; Соколова М.В. История туризма: Учебное пособие.-М.: Мастерство,2002. – 352с.; Усыскин Г.С. Очерки истории российского туризма.- СПб: Издательство торгового дома «Герда», 2000.-224с. 3. Зінченко В.А. Молодіжний туризм в Українській РСР у 70-80-х рр. XX ст.(на основі діяльності «Супутника»): Автореф. дис...канд.іст.наук: -7.00.01/ Національна академія наук України, Інститут історії України.-К.,2003.-22с.; 3 історії Вітчизняного туризму: Збірник наукових статей.- К.,1997.-280с.; Устименко Л.М.Історія туризму: Навчальний посібник.-К.:»Альтерпрес», 2005.-320с.; Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник / Передм. В.А.Смолія.-К.: Вища школа, 2002.-195 с. 4. ЦДАВОВтУ – Ф.4672, оп.1, спр. 172, арк. 75. 5. Там же: спр.139, арк.25. 6. Там же: спр.139, арк.30. 7. Там же: спр.138, арк.15. 8. Там же: спр.172, арк..77. 9. Там же: спр.176, арк.13. 10. Там же: спр.246, арк.28. 11. Там же: спр.176, арк.12. 12. Там же: спр.249, арк.15. 13. Там же: спр.251, арк.28. 14.Там же: спр.271, арк.75. 15. Там же: спр.251, арк.29.

УДК 330.15:477.84

Маленков Р.О.

БЛОК РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ІНФОРМАЦІЇ У КАДАСТРІ ТЕРИТОРІЙ ТА ОБ'ЄКТІВ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

В цій статті розкриваються питання висвітлення інформації рекреаційно-туристичного характеру в інтерактивній інформаційній системі кадастру територій та об'єктів природно-заповідного фонду України. Проблема є дуже актуальною зважаючи на майбутнє планове збільшення кількості об'єктів фонду за рахунок нових національних природних парків та у світлі майбутнього проведення в Україні ЄВРО 2012.

In this article the questions open up relation to information about recreation and tourism in interactive system of cadastre of territories of naturally commandment fund of Ukraine. A problem is very actual, because of the future the planned increase of amount of objects of fund new national parks.

Вступ. 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). Це природоохоронні, рекреаційні, культурно-освітні, науково-дослідні установи, що створюються з метою збереження, відтворення і ефективного

використання природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність. Основними їх завданнями є: збереження цінних природних та історико-культурних комплексів та об'єктів; створення умов для ефективного туризму, відпочинку та інших видів рекреації; сприяння екологічній освітньо-виховній роботі.

Охорона природи є ознакою справжньої цивілізованості країни тому розвиток природоохоронної галузі в Україні є нині дуже актуальним. Саме тому відбувається планомірне збільшення площ ПЗФ. Нині загальна частка земель що включені до складу ПЗФ України становить 4,95% від площі країни. Це майже 30 тис. км² – площа окремої адміністративної області, або невеликої держави. Станом на серпень 2008 року ПЗФ України нараховував 7346 територій та об'єктів, з них 19 національних природних парків та 49 регіональних ландшафтних парків – установ ПЗФ. Але рекреаційно-туристичний потенціал цих об'єктів використовується дуже неефективно. Серед значної кількості природоохоронних рекреаційних установ лише одиниці виконують нормально свої функції. Не будемо перераховувати усі причини такої ситуації, назвемо лише одну з них – катастрофічний дефіцит інформації для громадян України та її гостей (потенціальних туристів та користувачів рекреаційних послуг). Та незначна кількість інформації про НПП та РЛП, що є в мережі Інтернет, ні в якій мірі не задовольняє попит серед населення. Особливо це стосується інформації про рекреаційно-туристичний потенціал територій та об'єктів ПЗФ. Одним із варіантів вирішення проблеми дефіциту інформації може стати інтерактивна кадастрова система.

Метою цієї статті є аналіз можливостей доповнення кадастру територій та об'єктів ПЗФ інформацією про їхні рекреаційно-туристичні ресурси з можливістю майбутнього використання цієї інформації в інтерактивному кадастрі.

Виклад основного матеріалу. Кадастр територій та об'єктів ПЗФ України є системою необхідних і достовірних відомостей про природні, наукові, правові та інші характеристики територій та об'єктів, що входять до складу природно-заповідного фонду. Нині, поряд із створенням та розвитком мережі об'єктів ПЗФ, організація ведення кадастру є одним з пріоритетних напрямків діяльності природоохоронних установ. Але впроваджується в життя вона дуже повільно. Серед причин такої ситуації проблема створення автоматизованої системи кадастру, яка в ідеальному варіанті повинна бути інтерактивною, адже із розвитком технологій роботи з інформацією інтерактивність системи стала б найкращим варіантом вирішення проблеми оперативного та достовірного надходження інформації до єдиного центру, зокрема через мережу Інтернет.

Задачу ведення кадастру повинен вирішити спеціальний урядовий орган – Державна служба заповідної справи (ДСЗС). Але ця установа, поки що, не має можливостей збирати достовірну документацію про території та об'єкти ПЗФ, тому що більшість цих територій та об'єктів їй не підпорядковується, а на установи, яким підпорядковуються об'єкти ПЗФ таких функцій не покладено.

Отже постає основна проблема – створення єдиної системи збору документації про характеристики територій та об'єктів природно-заповідного фонду України. Ця система повинна бути автоматизованою, адже серед її основних функцій є оперативна робота з інформацією. Але створення автоматизованої кадастрової системи породжує нову проблему – оперативного реагування на зміни характеристик об'єктів, адже ці характеристики в переважній більшості стосуються компонентів природи, а природі властива динамічність та мінливість. За логікою сучасного стану науки та технологій автоматизована система кадастру територій та об'єктів ПЗФ повинна бути інтерактивною. Але подібна система в Україні поки що не розроблялася.

Складність розробки системи інтерактивного кадастру полягає у величезних обсягах документації територій та об'єктів ПЗФ. Зважаючи на площу, яку займають ці території та об'єкти, важко навіть уявити кількість документації потрібну для організації кадастру.

ДСЗС розробила інструкцію про зміст та складання документації державного кадастру територій та об'єктів ПЗФ України. Також цією установою було складено спеціальні форми документації, заповнення яких та введення до електронної бази даних повинно вирішити проблему організації кадастру. Ці форми дуже громіздкі, заповнювати їх важко, навіть якщо ДСЗС знайде важелі й примусить це робити фахівців установ ПЗФ. Крім того подібна форма обліку не передбачає внесення оперативних змін до документації. Отже знову все упирається у проблему створення не просто автоматизованого кадастру, як це намагаються зробити із земельним фондом, а саме інтерактивного кадастру.

Інтерактивність – це поняття, яке розкриває характер і ступінь взаємодії між об'єктами. Воно використовується в інформатиці, теорії інформації, програмуванні, системах телекомунікацій тощо. Хоча серед спеціалістів перерахованих галузей відсутнє чітке визначення значення цього терміна. Для об'єктів це стан постійного взаємозв'язку із іншими об'єктами; це залежність від різних станів інших об'єктів.

Зрозуміло, що інтерактивний кадастр, хоч і буде об'єктом досить цілісним, але одночасно це має бути система інформаційних залежностей між об'єктами. Навіть основні його блоки – графічний (карти, схеми, фотографії, рисунки) та семантичний (таблиці і тексти) повинні існувати у дуже тісній взаємодії. Крім того сама структура кадастру повинна бути побудована таким чином, щоб передбачати неминучі зміни характеристик деяких об'єктів.

Як зазначалося вище, найкращим вирішенням проблеми оперативного поновлення інформації буде мережа Інтернет. Звичайно поки що щільність Інтернету в Україні залишає бажати кращого, в деяких регіонах мережі немає взагалі. Але останнім часом досить популярним став доступ до Інтернету через мережі стільникового зв'язку із використанням компактних модемів. Тому подолати відсталість деяких регіонів у покритті мережею Інтернет можливість є. Для інтерактивного кадастру потрібен спеціальний веб-ресурс. Цей ресурс має функціонувати як портал інформації про об'єкти ПЗФ й повинен містити, крім інших, блок інформації про туристично-рекреаційні ресурси НПП та РЛП – головних резерватів для цих ресурсів.

У картці первинного обліку територій та об'єктів, яку містить інструкція розроблена ДСЗС є розділ «Рекреаційна цінність об'єкта ПЗФ». Цей розділ заповнюється для природоохоронних рекреаційних установ (НПП та РЛП), а також об'єктів ПЗФ інших категорій, на яких здійснюється або може здійснюватись рекреаційна діяльність. В розділі подаються статистичні дані про об'єкти, а також короткі їх описи та характеристики.

У цьому розділі подається інформація про ландшафтні рекреаційні та бальнеологічні ресурси території; зазначаються площі ландшафтних рекреаційних ресурсів, зон регульованої та стаціонарної рекреації, антропогенних ландшафтів, регульованого заповідного режиму; зазначаються площі пляжів, розташованих у межах об'єкта ПЗФ, які можуть використовуватись у рекреаційних цілях. Також розділ містить інформацію про запаси мінеральних вод, мінеральних грязей та мулу; кількість спелеологічних об'єктів, що використовуються або можуть використовуватись у рекреаційних цілях; кількість місць у стаціонарних рекреаційних об'єктах (санаторіях, будинках відпочинку тощо); кількість відвідувачів об'єкта ПЗФ за календарний рік. В останньому пункті розділу міститься інформація про кількість туристичних маршрутів, що функціонують на території об'єкта.

Інформації про туристично-рекреаційну цінність об'єкта, яка подається у відповідному розділі Державного кадастру територій та об'єктів ПЗФ недостатньо для висвітлення повноцінної картини туристично-рекреаційної привабливості об'єкта. Виходячи із інформації поданої у розділі неможливо визначити якість рекреації, яку може запропонувати об'єкт, адже залишається практично невідомою та частина, що стосується інфраструктурних ресурсів (крім кількості місць у санаторіях, будинках відпочинку і т.д. більше ніякі показники не стосуються інфраструктури об'єкту). Дуже мало у розділі інформації, що стосується туристичних маршрутів – вказується лише їх кількість, але немає жодної якісної характеристики, не вказані категорії маршрутів та ймовірна тривалість їх проходження. Розділ не містить інформації про історико-культурні пам'ятки, що розташовані на території об'єкту – пам'ятки історії, архітектури, монументального мистецтва. Це вагома частина інформації про туристично-рекреаційні ресурси об'єкту, тому, на нашу думку, вона також є необхідною для природоохоронних рекреаційних установ ПЗФ та об'єктів, на яких дозволено рекреаційну діяльність. В цьому блоці інформації потрібно подати дані про наявність об'єктів, їхній стан, подати коротку характеристику об'єкта та його фотозображення. Суттєвим недоліком розділу є відсутність планового картографічного матеріалу.

Отже розділ потребує суттєвих доповнень. По-перше, доповнити потрібно ту частину, що стосується туристично-рекреаційної інфраструктури: вказати крім кількості місць у стаціонарних рекреаційних об'єктах, їхню якість та цінову категорію (бажано проілюструвати інформацію щодо санаторіїв і будинків відпочинку світлинами, на яких зображено кімнати номерів, їдальні). Також необхідно зазначити наявність допоміжних рекреаційних будівель (спа-салонів, саун, басейнів, спортивних залів тощо), розважальних закладів та можливих розваг на території об'єкту ПЗФ (звичайно лише у зонах, де розваги дозволені). Крім того необхідно подати

інформацію про наявність автомобільних шляхів та їхню якість, адже це також має велике значення для туристів, як і наявність парковки, що охороняється. На нашу думку, у розділі «Рекреаційна цінність об'єкта ПЗФ» обов'язково повинна бути інформація про естетичну оцінку його ландшафтів, яка може бути дуже важливою для туристів та відпочивальників. Ця інформація повинна супроводжуватись фотозображеннями різних видів (типів) ландшафтів, які мають рекреаційну цінність.

Інформація розділу щодо туристичних маршрутів повинна бути доповнена детальними описами маршрутів. Необхідно акцентувати увагу на об'єкти маршруту та їх особливості (природні, історико-культурні пам'ятки що лежать на маршруті, оглядові майданчики тощо).

Кадастрова система вважається повноцінною, якщо вона має дві взаємопов'язані складові частини – семантичну (текстову) і графічну. Відповідно розділ «Рекреаційна цінність об'єкта ПЗФ» не буде повнофункціональним розділом кадастрової системи, якщо він не буде супроводжуватись картографічними матеріалами. Ці картографічні матеріали мають супроводжувати інформацію про туристично-рекреаційні об'єкти установи ПЗФ. Зокрема на картосхемах потрібно відобразити розташування природних та історико-культурних пам'яток, функціональних зон, ландшафтів та ін. Особливу увагу потрібно приділити картосхемам туристичних маршрутів. Відповідно ці картосхеми повинні мати масштаб крупніший ніж решта картосхем, складених для розділу.

На перший погляд реалізувати запропоновану програму доповнень до розділу кадастрової системи «Рекреаційна цінність об'єкта ПЗФ» досить складно. Особливо це стосується організації структури розділу. Але реалізація доповнень значно спрощується якщо кадастрова система є інтерактивною. Головна перевага саме інтерактивної кадастрової системи в тому, що вона може містити «приховану» інформацію – інформацію, що ховається за гіперпосиланнями. При натисканні (клику) на відповідне гіперпосилання відкривається сторінка з інформацією. Ця інформація може бути як текстового, так і графічного характеру. Наприклад, викладати повні описи об'єктів рекреації на головну сторінку незручно і недоцільно, але дуже зручно користуватися ними, коли є можливість відкрити їх через гіперпосилання. Те ж саме стосується фотографій, які не потрібно викладати на головну сторінку розділу, щоб не відволікати ними увагу від основної інформації.

Головна сторінка розділу повинна містити гіперпосилання на картосхеми, але і картосхеми також необхідно забезпечити гіперпосиланнями на сторінки із описами об'єктів зображених на картосхемах.

Розділ «Рекреаційна цінність об'єкта ПЗФ» у випадку доповнень перетвориться із частинки кадастру територій та об'єктів ПЗФ на повноцінний розділ, що містить вичерпну інформацію про рекреаційну цінність та можливості об'єкта, а також про його туристичну привабливість. Подальші, більш детальні дослідження даного питання, дозволять розробити оптимальну структуру розділу для використання його в інтерактивній інформаційній системі кадастру територій та об'єктів ПЗФ України.

Висновок. В статті нами було розглянуто деякі особливості організації

ведення кадастру територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, зокрема блок інформації щодо рекреаційно-туристичних ресурсів. Було проаналізовано можливості доповнення кадастру вичерпною інформацією про рекреаційно-туристичний потенціал об'єктів ПЗФ для того, щоб використати цей інформаційний блок при створенні інтерактивного кадастру. Судячи із вищевикладеного матеріалу ясно, що організація такого кадастру є дуже непростю справою й без зрушень на найвищому рівні вона просто неможлива. Але зважаючи на план розвитку ПЗФ та на заплановане суттєве збільшення кількості національних природних парків (планують створити 19 нових НПП) такі зрушення необхідні.

УДК911.3:796.5(477)

Доан П.В.

СВІТОВІ ПЕРСПЕКТИВИ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

У статті розкривається поняття фестивального туризму як однієї зі складових подієвого туризму, описується сучасний стан фестивального туризму в Україні та визначаються перспективи його розвитку до міжнародного рівня.

In this article is disclosed the concept of festival tourism as the branch of event tourism, also there is described modern state of festival tourism in Ukraine and determined prospects of its development to the international level.

Постановка проблеми. Протягом останніх декількох років питання розвитку туристичної галузі в Україні стояло достатньо гостро. У першу чергу цьому сприяло стрімке щорічне зростання числа іноземних туристів, які приїздили до нашої країни, що свідчить про зацікавленість нею іноземними громадянами. По-друге, причиною активної полеміки навколо даного питання стала підготовка України до чемпіонату „ЄВРО-2012”, зокрема, про необхідність вдосконалення туристичної інфраструктури. Але, звертаючи увагу лише на окремі складові туристичної індустрії, позитивного результату досягнути буде дуже важко. Галузь потребує системного розвитку, тобто, одночасного вдосконалення вже існуючих об'єктів рекреації та створення нових, використання закордонного досвіду управління закладами дозвілля та модифікації законодавства, яке регулює дану сферу. Крім того, треба розвивати ті види туризму, які в іноземних країнах вже стали звичними і популярними, а в Україні досі залишаються на аматорському рівні. Одним із таких є подієвий туризм. Сьогодні для людей із розвинених держав стало звичним і навіть повсякденним їздити на культурні, спортивні, громадські та інші заходи світового масштабу. Але для більшості громадян України такий вид рекреації все ще не є доступним, тому що він на порядок дорожчий за традиційні її види. Проте, ситуація з внутрішнім подієвим туризмом не така песимістична. На теренах нашої держави проводяться численні заходи, в яких беруть участь тисячі людей.

Предметом даної статті є саме фестивальний туризм як вид подієвого туризму. Щороку в Україні проводиться близько двохсот фестивалів різної тематики, які чомусь не мають достатньо прихильників за кордоном. Лише деякі з них мають міжнародний статус, але їх не відвідує така ж кількість міжнародних гостей, як скажімо, Октоберфест у Мюнхені, чи карнавал у Ріо-де-Жанейро. Тому вирішення цієї задачі є актуальним питанням і воно потребує уваги як органів державного управління, так і громадськості: організаторів, учасників та відвідувачів цих заходів.

Актуальність дослідження. Актуальність даного дослідження полягає в необхідності популяризації фестивального руху в Україні з метою його розвитку до міжнародного рівня. Оскільки цей вид туризму за кордоном захоплює все більшу частку ринку турпослуг, то для нашої країни, як і для будь-якої іншої, розвиток даної галузі є дуже перспективним. Для цього необхідно дослідити сучасний рівень розвитку фестивального туризму в Україні, порівняти його зі світовим, а також розробити програму виходу національного продукту на міжнародний ринок.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні основи подієвого туризму описані в науковій літературі дуже мало. Україномовних видань, в яких би розглядалося дане поняття немає. Серед російськомовних слід назвати працю Бабкіна А.В. „Спеціальні види туризму”, в якій подієвому туризму присвячений один із розділів. Зокрема, автор пропонує свою класифікацію даного виду рекреації, а також описує організаційні особливості різних його напрямків.

Фестивальному туризму в Україні як складовій подієвого до сьогодні також приділялося дуже мало уваги. Можна зустріти хіба що поодинокі публікації в галузевих журналах про окремі заходи такого характеру, але вони не мають наукової цінності, а носять лише культурно-просвітницький характер. Однієї ж систематизованої праці, присвяченої фестивальному туризму в Україні досі не існує. Найінформативнішими з даної теми є Internet ресурси. Так, для наймасштабніших фестивалів створені власні сайти, на яких міститься інформація про організаторів, програму, час святкування, туристичну інфраструктуру, транспортне сполучення території проведення заходу тощо. Але знову ж таки ця інформація не носить науково характеру.

Формулювання цілей статті. У першу чергу треба визначити поняття подієвого туризму та його видів, а також місце фестивального напрямку в його структурі. Спробувати систематизувати існуючі дані про фестивалі на території України та виокремити ті з них, які є найперспективнішими, притримуючись регіонального принципу.

Мета статті. Метою написання даної статті є привернення уваги до питання необхідності розвитку фестивального туризму в Україні, який на даний момент знаходиться чи не на аматорському рівні. Про це свідчить той факт, що організацією лише деяких фестивалів займаються професіонали, які залучають спонсорів, поширюють рекламну продукцію, запрошують міжнародну публіку тощо. Але більшість таких заходів започатковуються місцевими активістами-аматорами й у кращому випадку відомі на локальному рівні.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм — це новий напрямок у

туризмі, основною метою якого є відвідування тієї, чи іншої події культурного, спортивного, економічного чи громадського життя суспільства. Він поєднує в собі традиційні види рекреації разом із участю в різноманітних заходах світового масштабу. Цільовою аудиторією даного виду відпочинку є забезпечені туристи із заробітком вище середнього рівня та компанії, які складаються з декількох пар [2, с. 63]. За масштабом подієвий туризм буває національного та міжнародного рівнів [2, с. 63]. За тематикою його класифікують по-різному. Зокрема, А.В.Бабкін у своїй роботі „Спеціальні види туризму” виділяє: національні фестивалі та свята; театралізовані шоу; фестивалі кіно й театру; гастрономічні фестивалі; фестивалі й виставки квітів; покази мод; аукціони; фестивалі музики й музичні конкурси; спортивні події. Беручи за основу класифікацію подієвого туризму за тематикою А.В.Бабкіна, можна стверджувати, що саме фестивалі є найпоширенішим його видом. Тому зачасти фестивальний та подієвий туризм розглядають як тотожні поняття, але ми вже переконалися в неправильності такого твердження, тому що перше з них є складовою останнього.

Що ж до етимології самого слова „фестиваль”, то воно походить від латинського *festivus* — „святковий”. Спочатку воно вживалось як прикметник і означало будь-яке церковне святкування, а перше зафіксоване його використання у ролі іменника датується 1589 р. [1]. Сьогодні фестиваль визначають як масове свято, на якому показують досягнення певного виду мистецтва [4, с 653].

За останні роки фестивальний рух в Україні розвивався досить динамічно. У різних регіонах нашої держави щороку проводяться численні заходи такого характеру, про що свідчать статистичні дані Українського центру культурних досліджень Міністерства культури і туризму України (див. рис. 1).

Рис. 1. Кількість щорічних фестивалів за областями України (за даними [3])

Незважаючи на велику кількість фестивалів, які проводяться в Україні, міжнародний статус мають лише окремі з них. Тому для того, щоб привернути увагу до України на світовому ринку, треба створити державну програму розвитку. Зокрема, доцільним є виокремлення регіональних центрів фестивального туризму. На думку автора, такими можуть стати Міжнародний музичний фестиваль „Країна мрій” на півночі України, Міжнародний фестиваль „Великдень у Космачі” на заході, Міжнародний фестиваль „АртПоле” у центральному регіоні, Одеська Гуморина на півдні, та Національний Сорочинський ярмарок у східній частині України. Вони обиралися за принципом масштабності проведення та можливості репрезентації тієї чи іншої частини держави. Розглянемо проблеми, варіанти їх вирішення, а також перспективи кожного із названих фестивалів.

Міжнародний музичний фестиваль „Країна мрій” щороку проводиться в Києві, у червні місяці. Він охоплює не тільки виступи музичних гуртів, а й різноманітні майстер-класи етнічних танців, співу, бойових мистецтв тощо. Його було створено за ініціативи організатора і соліста гурту „ВВ” — Олега Скрипки, який давно займається пропагуванням української культури за

кордоном. У рамках „Країни мрій 2009” брали участь гості з Японії, Норвегії, Румунії та Литви. Слід зауважити, що на відміну від інших регіонів України, у Києві є можливість поєднання різних видів рекреації за рахунок розвиненішої інфраструктури туризму. Її наявність створює перспективу залучення аудиторії, яка звикла до високого рівня сервісу, але за умови її подальшого вдосконалення. Адже привернути увагу туристів, яким би було цікаво відвідати цей фестиваль, але які не можуть собі відмовити в комфортних умовах проживання, якісному харчуванні і таке інше, неможливо за відсутності наявної матеріально-технічної бази індустрії гостинності. Отже, у столиці в першу чергу вдосконалення потребує сам фестиваль, а тільки потім інфраструктура. Ця риса відрізняє „Країну мрій” від інших регіональних центрів.

Міжнародний фестиваль „Великдень у Космачі”. Мабуть, ніщо не може так яскраво представити Західну Україну, як Гуцульщина. Своєрідним центром самобутньої й неповторної гуцульської культури є село Космач Івано-Франківської області. Протягом останніх трьох років (2007-2009) на початку травня тут проводиться Міжнародний фестиваль „Великдень у Космачі”, в рамках якого регулярними стали з’їзд писанкарів та симпозіум з гончарства. У 2009 році на нього було запрошено представників з багатьох країн, зокрема Франції, Великобританії, Німеччини, Польщі, Росії, США, Канади, Бразилії та Венесуели. Особливої уваги в цьому регіоні потребує транспортне сполучення, оскільки, як і для всієї західної частини нашої держави, їй характерний дуже низький рівень розвитку. Краща ситуація із закладами розміщення та харчування, але їх рівень обслуговування не може забезпечити їм діяльності в світовому масштабі. Позитивним моментом є гостинність місцевого населення, а також його активна участь у розбудові системи національних осередків сільського зеленого туризму. Центр фестивалю розміщений неподалік від міст, багатих історико-культурною спадщиною — Коломиї, Чернівців, Івано-Франківська, а, отже, туристам можна запропонувати їх відвідування. Крім того, гостям можна організовувати поїздки й до природних об’єктів: Карпатського біосферного заповідника, природного заповідника „Горгани”, Карпатського національного парку, водоспаду Шепіт і так далі. Узагалі, Карпати є одним із найпопулярніших місць відпочинку в Україні, тому розвиток матеріально-технічного забезпечення цієї території дасть значний економічний ефект.

Міжнародний фестиваль „АртПоле” — наймасштабніший фестиваль Поділля, більш відомий, як „Шешори”. Цей захід щорічно проходить в середині липня на Вінниччині — у селі Воробіївка Немирівського району. Основне тема „АртПоля” — взаємодія людини з навколишнім середовищем, тому він міг би бути цікавим для іноземців, особливо із розвинених країн, тому що для них спілкування з природою є не настільки доступним, як для українців. Його можна розглядати як об’єкт екологічного туризму і, зважаючи на їх недостатність в Україні, подібні етнокультурні, суспільні та інші заходи могли би стати чудовою альтернативою. У 2009 році до участі у фестивалі були запрошені гості зі США, Росії, Білорусії, Польщі, Чехії, Франції, Великобританії та Швеції. Організаторами передбачені різноманітні екскурсії, що відрізняє його від інших. Крім того, „АртПоле” поєднує в собі стандартні

елементи програми разом із унікальними виступами нетипових театральних шкіл, уроками кінематографу, музичної імпровізації тощо. Проект розвитку цього регіону в першу чергу має стосуватися туристичної інфраструктури. Територія відчуває гострий дефіцит в категорійних закладах розміщення. Сфера громадського харчування розвинена краще, але недостатньо для міжнародного туризму. Транспортне сполучення території має задовільний стан – за даними Вінницької обласної державної адміністрації управління транспорту більше 94 % доріг мають тверде покриття.

Одеська Гуморина – це фестиваль сміху. Він відрізняється від інших запропонованих регіональних центрів своєю концепцією, але не масштабністю. Даний захід найяскравіше передає колорит південної України, тому обрано було саме його. День гумору святкують не тільки в Україні, а й за кордоном. Зокрема, у Франції, Великобританії, Італії, Швейцарії, Росії, Німеччині, Фінляндії, США, Індії та Австралії. Географія досить широка, тому можна з упевненістю стверджувати, що Гуморина в Україні могла би стати великим міжнародним центром святкування Дня гумору. Інфраструктурне забезпечення індустрії туризму в Одесі перебуває на етапі становлення. У місті проводяться численні реконструкції об'єктів рекреації та дозвілля. На даний момент кількість закладів харчування та розміщення високого класу недостатня, тому першочерговим завданням є розвиток функціонально-господарської підсистеми індустрії гостинності. Також, на відміну від інших фестивалів, надзвичайно важливим саме для Гуморини є популяризація заходу за кордоном. Це пояснюється тим фактом, що тільки в Одесі святкування Дня гумору проходить так масштабно, і країни, де також відзначають це свято є потенційними ринками збуту даного товару. Не слід також нехтувати тим позитивним фактором розвитку туризму, що Одеса є приморським курортом. Отже, перспектива очевидна за умови досягнення належного рівня сервісу.

Національний Сорочинський ярмарок — це щорічний культурно-торговельний фестиваль, який проводиться в кінці літа на Полтавщині. На приїжджих туристів тут працюють мало не всі господарі будинків, які до початку серпня готують свої помешкання для прийому гостей. Так, Великі Сорочинці можна умовно класифікувати як один великий осередок сільського зеленого туризму в Україні. На ярмарок приїждять туристи з Литви, Угорщини, Грузії, Росії, Естонії та Канади. Для створення турпродукту, основою якого буде Сорочинський ярмарок, можна використати численні туристсько-рекреаційні ресурси Полтавщини. Серед природних — це, звичайно, цілющі мінеральні води, пелюди, соснові ліси, кліматичні ресурси. Серед історико-культурних пам'яток – Державний історико-культурний заповідник „Поле Полтавської битви”, Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, Державний музей-заповідник М.В.Гоголя, Більське городище (залишки найбільшого поселення Європи доби раннього заліза), піраміди-усипальниці в селах Комендантівка (належала роду Білевичів) та Березова Рудка (частина маєтку Закревських) і так далі. Отже, для туристів можуть бути запропоновані різноманітні варіанти дозвілля.

Індустрія гостинності в регіоні розвинена не достатньо. Найближчими

містами з більш-менш прийнятною інфраструктурою є Полтава, Миргород, Кременчук, Кобеляки, Лубни, Пирятин і Хорол. На території області розташований єдиний об'єкт, який міг би задовольнити вимоги найвибагливішого клієнта. Це — сосновий SPA-курорт „Буймерівка”, розташований за 100 км від Великих Сорочинців. Даний комплекс володіє сучасними європейськими умовами проживання, належним рівнем харчування, там надають послуги SPA, проводять процедури індійської медицини (аюрведа), влаштовують розважальні шоу та концерти, а також є облаштовані приміщення для конференцій та бізнес-зустрічей.

Отже, запропоновані вище регіональні центри фестивального туризму є дуже перспективними. Кожен із них має ряд унікальних характеристик, які зацікавлять міжнародних туристів, та певну кількість недоліків, які треба усунути для досягнення бажаної мети. Оцінюючи сучасну тенденцію зростання числа іноземних рекреантів, які щороку відвідують Україну, стає зрозумілим необхідність розвитку туристичної галузі й, зокрема, її інфраструктури. Тому вдосконалення будь-якої зі складових індустрії дасть позитивний ефект на кількість відвідувачів. А, зважаючи на динамічне зростання частки подієвого туризму в структурі індустрії міжнародного туризму, розвиток саме цього напрямку необхідно вносити до першочергових завдань загальнодержавного плану розвитку галузі.

1. Festival. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://en.wikipedia.org/wiki/Festival>.
2. Бабкін А.В. Спеціальні види туризму.— Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. — 256 с.
3. Різник О.О., Безклубенко С.Д., Дем'ян В.Д. Проблеми державної політики щодо розвитку пісенного жанру як чинника духовно-етичного виховання в Україні ХХІ століття http://www.culturalstudies.in.ua/2006_zv_riznik_2.php#.
4. Тлумачний словник української мови [уклад. В. Яременко та ін.]: у 3 т.— К.: Аконіт, 2004.— Т. 3.— 862 с.

УДК 911.3

Сливчак Н.Є.

ЕКСКУРСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ШКОЛІ

Розглядаються питання удосконалення підготовки вчителя для ведення екскурсійної діяльності.

The questions of improvement of preparation of teacher are examined for the conduct of excursion activity.

Постановка проблеми. Екскурсія є формою просвітницької діяльності, яка дозволяє в активній формі надавати інформацію щодо природи, історії та культури певного краю. Це, як відомо, достатньо дієва форма просвітницької

діяльності, яка, завдяки особистій присутності учнів, безпосередньому їх спілкуванню з об'єктами екскурсійного показу, дозволяє їм краще засвоїти матеріал. В ході екскурсії можуть бути використані найрізноманітніші засоби, які дозволяють поєднати отриману інформацію і чуттєвий індивідуальний досвід учня. Фактично екскурсія як форма проведення занять давно визнана в школі, але на практиці використовується дедалі менше.

В шкільних планах екскурсії певним чином присутні і мають проводитись у відповідності із затвердженим графіком. Однак екскурсії не завжди проводяться, що частково можна пояснити а) їх вартістю; б) готовністю вчителя використовувати на це свій вільний час; в) обмеженою номенклатурою екскурсійних програм. Таким чином, вимальовується така проблема: з одного боку, екскурсію як форму навчання ніхто не заперечує, але, з іншого, ніхто й не заохочує. Відсутня будь-яка державна підтримка такої діяльності в школі і все тримається виключно на ентузіазмі окремих вчителів. Екскурсійна діяльність в школі має не тільки організаційний та економічний аспекти, вона має також кадровий аспект. Саме на виділеній проблематиці хотілося б зупинитися в даній статті.

Виклад основного матеріалу. Шкільні екскурсії можуть бути найрізноманітнішими за тематикою: природознавчі, історичні, літературні, екологічні, виробничі тощо. За місцем проведення їх поділяють на міські, заміські, музейні і т.д. Тобто, спектр використання екскурсій в навчальному процесі достатньо широкий: це географія, історія, література, а виробничі екскурсії сприяють професійному орієнтуванню шкільної молоді.

В географії шкільні екскурсії можна використовувати в навчальному процесі всіх ступенів навчання. В IV класі варто основну увагу звертати на проведення природознавчих екскурсій, в наступних класах – на краєзнавчих, екологічних екскурсіях, виховуючи в учнях екологічну культуру, любов та дбайливе ставлення до довкілля, вміння поводитись в природному середовищі. Екскурсійні програми варто поєднувати з елементами навчання, наприклад, орієнтуванню на місцевості, використанню карт тощо. Тобто, при проведенні шкільних екскурсій в даному разі можна обійтися вміннями та знаннями викладача географії, набутими ним під час навчання. Такі екскурсії органічно включаються до шкільної програми, не потребують додаткових фінансових витрат та організаційних заходів. Це екскурсії, які «вписані» в шкільну програму. Але тут постає інше питання – екскурсія відмінна від уроку і за формою проведення, і за дидактичними підходами, і за методикою і потребує певних спеціальних знань та навичок щодо складання екскурсії, її інформаційного насичення, методики проведення. Тобто, проведення шкільних екскурсій, які є частиною шкільної програми, вимагає від вчителя додаткових вмінь екскурсознавця (тобто фахівця з розробки екскурсії) та екскурсовода (фахівця з проведення екскурсії). І тут покладатися можна лише на талант та бажання вчителя, оскільки набути такі спеціальні знання та вміння шкільному вчителю поки немає де.

У питання, яке розглядається, є ще один бік: подорож. Мається на увазі або подорож вихідного дня або поїздка з учнями під час канікул. Тут від вчителя вимагаються знання з туристичного супроводу, з організації подорожі, тобто певні знання з туристичного менеджменту, які також здобути

немає де. І, нарешті, такий специфічний вид позашкільної роботи як проведення спортивно-оздоровчих походів. Така діяльність в школі розподіляється найчастіше між вчителями-ентузіастами, які викладають географію та фізичне виховання чи ведуть допризивну підготовку. Проведення походів передбачає діяльність в школі гуртка з туризму, де школярів мають готувати до перебування в природному середовищі, до самозабезпечення, тобто загартовувати і навчати перед походом і в поході, використовуючи його не тільки з оздоровчою, спортивною, але й з екологічною метою. Але організація походу вимагає від його керівництва не тільки технічних знань з долавання перешкод та забезпечення техніки безпеки, але й знань основ організації таких заходів від розрахунку необхідного запасу продуктів харчування та спорядження до їх правильного розподілу, розподілу навантажень під час походу тощо. Такі знання отримати також немає де.

Таким чином, до якого б з аспектів екскурсійної діяльності в школі ми не торкнулися, всюди виникають питання додаткової підготовки вчителя, отримання ним певної кваліфікації, яка б давала право на здійснення такої діяльності не на «любительському» рівні «на свій страх та ризик», а з гарантією професійності, безпеки та якості.

Висновок. Екскурсія є дієвою формою проведення занять і позашкільної роботи, сприяє кращому засвоєнню учнями матеріалу шкільної програми, дозволяє урізноманітнювати навчальний процес, однак, крім ентузіазму, потребує від вчителя додаткових знань та вмінь, які мають набуватися під час, наприклад, підвищення кваліфікації. Тобто, як пропозиція, може бути розглянуте питання включення в програму перепідготовки і підвищення кваліфікації шкільного вчителя його підготовка для екскурсійної діяльності, тим більше, що така підготовка ведеться в рамках галузевого освітнього стандарту з напрямку «туризм».

УДК 911.3:796.5 (477)

Пацюк В.С.

АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто питання організації індустріального туризму в світі. Зроблено аналіз його галузевої структури та висвітлено особливості становлення.

Considered question of organization of industrial tourism in the world. The analysis of him is done of a particular branch structure and becoming features are reflected.

Стан питання та актуальність дослідження. Світові реалії розвитку туризму свідчать про докорінну зміну туристичного продукту, що обумовлено еволюцією побажань туристів. Адже у час активних перепитів, туристів вже не завжди задовольняє спокійний відпочинок зі стандартним набором пляжів та музеїв, - вони прагнуть до комплексних вражень, що поєднують найрізноманітніші цілі. На цій хвилі активізується роль індустріального

туризму. І хоча вважається, що місто не в змозі в рівній мірі розвивати промисловість та туризм, так як це несумісні сфери, однак перспективи розвитку туризму полягають саме в поєднанні неpojєднуваного. Індустріальний туризм, бум якого розпочався приблизно 20 років тому, є яскравим свідченням цього. Серед найбільш вдалих прикладів просування індустріального туризму в світі можна назвати досвід заводів Sinebruhoff, Hartwell, BMW, Audi, що намагаються перетворити свої заводи в шоу-площадки, проект Heineken Experience, який став однією з головних туристичних дестинацій Амстердаму, а також Legoland в Данії, Swarovski Krystallwelten в Австрії, Guinness Storehouse в Ірландії та Ford Rouge Factory Tour в Мічігані.

Мета та завдання дослідження – прослідкувати історію виникнення, галузеву організацію індустріального туризму та виявити характерні особливості його становлення.

Виклад основного матеріалу. Оскільки індустріальний туризм – явище доволі нове, то структурованих його досліджень дуже мало, однак є величезна кількість прикладів міст та підприємств, де активно просувається даний інноваційний напрям.

За нашим визначенням, індустріальний туризм - це вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів. Стосовно дати виникнення індустріального туризму погляди дослідників розділились. Одні вважають, що піонерами в індустріальному туризмі були американські компанії і сталося це в 1866 році, коли свої двері туристам відчинив завод Jack Daniel's. Інші схильні наполягати на тому, що першим підприємством, яке допустило до себе туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція).

Оскільки систематизувати та детально висвітлити наявний світовий досвід індустріального туризму дуже складно, було вирішено окреслити його галузеву структуру. Так розвиток індустріального туризму зазнав найбільших розмірів в таких господарських секторах:

- Гірничодобувна промисловість. Екскурсії на підприємства видобувної промисловості, зокрема, в шахти, рудники, кар'єри відмічені на 4 континентах. Піонером у розвитку шахтного туризму прийнято вважати соляну шахту Величку у Польщі, яку в 1978 г. було включено до Списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО. Даний вид туризму дістав поширення у Великій Британії (мідні рудники Корнуолу, вугільні та сланцеві шахти Уельсу), Швеції (залізорудні шахти м. Кірина), Естонії (сланцеві шахти Кохтла-Нимме), Норвегії (мідний рудник Ророс), Чехії (срібний рудник Кутна-Гора), Словаччині (золоторудна шахта Банска Штявница), Росії (в Хібінах, Солікамську, Воркуті, Бурятії), Чилі (мідний рудник Чукікамата), ПАР (алмазні шахти Кімберлі), Австралії (золоті шахти м. Теннант-Крік), США (колишня золотокопальня Боді (Каліфорнія) та срібний рудник Тіп-Топ (Арізона)), Новій Зеландії (колишній центр золотовидобутку Мейстаун), Намібії (алмазні копальні м.Колманскоп).

- Енергетика. Найбільший досвід з організації подорожей на енергетичні підприємства має Франція, де туризм на АЕС існує вже понад 20 років. Однак нині лідером у цій країні є припливна електростанція в Рансі, яка щорічно приймає 300000 туристів. Греблю ж гідровузла Санься (Три ущелини) в Китаї щорічно відвідує понад 1 млн туристів. Ця гребля є одним з найбільших об'єктів індустріального туризму.

- Металургія. Надзвичайно популярний ретротур на колишній металургійний завод у Чикаго. Туристи не лише дізнаються про каторжну працю металургів у XIX столітті, але і мають можливість відчути її на собі [1]. Піонером промислового туризму на території колишнього СРСР є металургійний гігант «Северсталь».

- Машинобудування. У західних країнах найбільшим престижем користуються відвідування машинобудівних підприємств. Ці відвідування є доволі масовими та масштабними, а тому наявну інформацію доцільно розглянути за окремими складовими.

- Авіабудування. Свої двері для відвідувачів відчиняють літакобудівні корпорації Boeing, Airbus та ракетно-космічна Northrop Grumman, де демонструють всьому світу свою відкритість, безпечність та мирну спрямованість. Вартість екскурсій по їх об'єктах не перевищує 100 доларів, що окупаються безліччю атракціонів, що включені до програми. Відвідувачі «літають» на справжніх авіаційних та космічних тренажерах, власними руками збирають діючі маленькі літаки, сидять в кріслах пілотів і навіть обідають в «космічних їдальнях» [7].

- Великим попитом користуються відвідування космічних центрів. Так, космічний центр, розташований у Французькій Гвіані, в 2006 році відвідали понад 62 тис. туристів, з них 23 тис. стали свідками запуску ракети. Подібний досвід є і в Росії: в підмосковному Корольові в Центрі управління польотами, періодично влаштовуються екскурсії, що включають відвідування головної зали управління МКС, перегляд відеофільмів, подекуди й сеанс зв'язку з космонавтами.

- Автопромисловість. З метою власної популяризації найбільші автовиробники намагаються організувати так зване «вражаюче виробництво», шляхом як реструктуризації самого виробничого процесу, так і будівництва ультрасучасних підприємств. Так новий футуристичний завод BMW побудовано в Лейпцигу – він першим «дизайнерським» промисловим об'єктом BMW. Кожен день його відвідують до 100 чоловік. Головний конкурент компанії, Audi, вже відкрила для відвідувачів та стилізувала під авіаційні ангари практично всі свої заводи. Компанія Volkswagen інвестувала 187 млн.євро в будівництво особливого заводу для виробництва автомобілів Phaeton – «Скляної мануфактури». Стіни заводу – з скла, а конвеєри – з цінних порід дерева. Але ноу-хау «Скляної мануфактури» в тому, що клієнт в «суспільному центрі» заводу може заздалегідь визначити комплектацію своєї машини, зібравши її на гігантському сенсорному моніторі, потім прослідкувати весь цикл виробництва свого автомобіля, а згодом забрати готову машину буквально з конвеєра. Виробники Ford, в процесі зацікавлення відвідувачів, зробили основну ставку на багату історію своєї фірми. В спеціально створеному в Детройті «Червоному Центрі Форду» (Ford Rouge

Centre) відвідувачів спочатку на спеціальних автобусах возять по місцях, де понад сторіччя тому жив та працював засновник компанії Генрі Форд. Потім, в Rare Historie Viewing, їм розповідають про всі злети та падіння, які пережила компанія. Далі в спеціальній Віртуальній Студії досконально пояснюють весь складний процес виробництва сучасного американського автомобілю. Після чого всі разом підіймаються на 80-метрову оглядовий майданчик, звідки оглядають «володіння Ford'у». І лише наприкінці програми екскурсантів відводять до складального цеху, де в них на очах збирають справжній Ford F - 150. Однак, все це вже не безкоштовно. Вартість квитка, в залежності від віку від 10 до 14 доларів [7].

- Суднобудування. Концерн Aker Yards почав проводити екскурсії на судноверф в Турку (Фінляндія). Така екскурсія триває 3 години, в ході якої — відвідування Музею мореплавства, знайомство з сучасними суднами, призначеними для туристичних круїзів та відвідання суднобудівної верфі. У Франції користуються підвищеним інтересом Атлантичні верфі в Сен-Назері [4].

- Виробництво електротехніки. Підприємства даної галузі поки не так широко популяризовані. Так першою серед російських виробників побутової техніки стала проводити концепцію відкритого виробництва компанія POZIS. Вона організовує екскурсії, під час яких всі бажаючі можуть ознайомитися з процесом виробництва холодильної техніки, попрацювати на конвеєрі, дізнатися про перспективи розвитку компанії [5].

- Фармацевтична промисловість в цілому є закритою для сторонніх. Відвідувачів пускають лише на ті підприємства, які повністю автоматизовані та відповідають міжнародним стандартам виробництва (GMP), зокрема, в Росії — це "Отечественные лекарства", "Верофарм", завод "Красногорск лексредства", ЗиО "Здоровье", "Полисан", "Фармсинтез", "Акрихин" та "Фармстандарт" [5].

- Фарфорова промисловість. Відвідування даних об'єктів не мають масового характеру, хоча підвищене зацікавлення викликають фарфоровий завод Herend в Угорщині та фабрика Кузнецовського фарфору в Новгородській області Російської Федерації, що в минулому виконувала замовлення царського дому.

- Легка промисловість. Великим попитом користуються тури на лялькові фабрики. Американська компанія American Girl, один з лідерів світового лялькового виробництва, відкрила три виробничих музеї-палаці: в Чикаго, Нью-Йорку та Лос-Анджелесі. В Росії можна спробувати потрапити на фабрики Гелі, Палюха, Хохломи, на Високівський завод ялинкових іграшок [7].

- Харчова промисловість. Новаторами прийому відвідувачів є заводи по виготовленню пива Sinebruhoff (Австрія), Heineken Experience (Нідерланди), Carlsberg (Данія), Kronenbourg (Франція). Їх досвід активно перейняла низка російських компаній. Так, «Очаково» стало першим «відкритим» пивним виробництвом в Росії: ще в 2000 році для покращення іміджу пивної галузі було влаштовано віртуальну екскурсію, а у вересні 2004 року стартували реальні екскурсії з комерційними цілями.

Однією з перших в Росії почала проводити екскурсії на виробництво

пивоварна компанія «Балтика». Так завод в Санкт-Петербурзі щорічно відвідують 35 тис. чоловік, а екскурсії відбуваються 10 раз на день. Кожен бажаючий може побувати на всіх одинадцяти заводах компанії в регіонах, де зможуть побачити: варочний цех; бродильний цех; цех розливу; презентації та фільми про завод; зразки сировини (солоду та хмелю); нагороди заводу; дегустаційний зал, в якому гостям розповідається як правильно вживати пиво. Всім учасникам екскурсії вручається пам'ятний сувенір від компанії [3].

Досвід залучення туристів до пивоварних комплексів переймає компанія «САН ІнБев», яка в березні 2009 року ініціювала старт програми «Промисловий туризм» на базі Клинського виробничого комплексу [5].

Компанія DERBES практикує індустріальний туризм в Казахстані. Тут запустили три різних за тривалістю маршрути по пивному заводу - від двогодинних екскурсій для професіоналів та півторагодинних для партнерів, до годинних маршрутів для любителів пива, які безкоштовно зможуть побачити весь процес виготовлення пива, а потім продегустувати готовий продукт та пройти спеціальні курси дегустації.

Туристи, що віддають перевагу більш міцним напоям, можуть відвідати ще два об'єкти розвинутого російського промислового туризму, заводи підмосковної компанії «ОСТ-Алхо», більш відома в Росії як «Чорноголовка», та флагмана російського виноробства - московський завод «Кристал». Якщо перший зацікавлює своїми передовими технологіями та повністю автоматизованими лініями, то інший акцентує увагу на багатій історії. Окрім цього, в Москві існує практика відвідування кондитерських фабрик: «Червоний Жовтень» (колишнє товариство «Ейнем»), «Бабаєвську» (колишнє товариство А.І. Абрикосова Синів») та «Рот Фронт». Під час екскурсії можна їсти все, що проходить по конвеєру, а по завершенню екскурсії на туристів очікує солодкий стіл та набори солодких подарунків [5]. Досвід організації екскурсій на підприємства харчової промисловості є і в Англії, де шоколадну фабрику Кедберрі відвідують 400 000 чоловік щороку.

Проте в багатьох країнах мають місце індустріально-гастрономічні тури - відомі «винні тури» у Франції, Іспанії та Аргентині, тури сиру фета в Греції та сирів Франції, пивні тури Чехії та Бельгії [4].

Основною ж тенденцією останніх років є організація комплексних індустріальних парків. Класичними прикладами є тематичний парк Volkswagen's Autostadt поряд з заводом в Німеччині, парк «Урбаністична спадщина» в м. Лоуел (штат Массачусетс), індустріальний парк Hsinchu Science (HSIP),, відомий як тайванська силіконова долина, промисловий парк в м. Сучжоу (пров. Цзянсу, Східний Китай), що є офіційно відкритими для туристів [6]. Програми по сприянню розвитку індустріального туризму створені у Франції, США, Німеччині, Китаї, Японії, Росії. У м. Анже (Франція) у 2000 році відбувся Перший європейський колоквіум, присвячений промислому туризму, з того часу там щороку вдало проходить тиждень промислового туризму. Другий європейський колоквіум відбувся у листопаді 2008 року в м. Толедо (Іспанія) [4].

Висновки. Ознайомившись зі світовим досвідом розвитку індустріального туризму, було виявлено характерні особливості його становлення: 1) індустріальний туризм набирає активних обертів в останні 20

років; 2) найоптимальнішими умовами становлення індустріального туризму є формування яскравих вражень у туристів шляхом збалансування розважальної, навчальної та естетичної складової; 3) індустріальний туризм в західних країнах - це не лише модна розвага, але й маркетинговий прийом, як маловитратний спосіб привернення уваги до фірм; 4) розвиток індустріального туризму сприяє покращенню іміджу промислових регіонів; 5) перетворення виробництва в туристичний об'єкт стимулює фірму до покращення корпоративного клімату та трудових відносин; 6) є ціла категорія студентів та робітників, для яких екскурс на промислові підприємства корисний з огляду на необхідність підвищення власної кваліфікації; 7) найпрестижнішими напрямками індустріального туризму є авіа- та автотуризм, а найбільш доступним та найбільш відвідуваними є підприємства харчової промисловості; 8) територіально найбільша концентрація об'єктів індустріального туризму спостерігається в Західній Європі та США; 9) тенденціями останнього часу є створення спеціалізованих індустріальних турів та індустріальних парків.

На майбутнє можна прогнозувати інтенсифікацію індустріального туризму. Вона буде проявлятися в збільшенні туристичних потоків, залученні нових галузей промисловості, та, відповідно, нових підприємств, а також розширенні територій, охоплених індустріально-туристичними потоками.

1. Индустриальный туризм и городские исследования //ru.wikipedia.org. 2. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: Учебное пособие. – СПб.: „Издательский дом Герда”, 2004. – 320с. 3. Открытие пива //Дайджесты прессы. Союз российских пивоваров. – [http:// www.turpost.ru](http://www.turpost.ru). – 24.01.2006. 4. Совмещение несовместимого http://www.ng.ru/ideas/2009-04-24/5_promtourism.html 5. Туризм в России // www.melodytour.ru 6. Холловей Дж.К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. изд. – К.: Знання, 2007. – С.267 – 268. 7. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. - №11. – С. 116 – 126. 7.

УДК 796.5 (100)

Пестушко В.Ю.

КОН'ЮНКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Стаття присвячена дослідженню стану сучасного світового ринку туристичних послуг. За новітніми статистичними матеріалами виконано ґрунтовний аналіз поточної ситуації, визначено характер змін у кон'юктурі світового туристичного ринку. Виявлено основні тенденції розвитку кон'юктури, що спостерігаються внаслідок глобальної економічної кризи. Вказано основні регіони та країни, які зазнали найбільших збитків, визначено місце України на світовому туристичному ринку. Показано можливі перспективи подальшого розвитку світового ринку міжнародного туризму.

The article is devoted to the study of the state of the modern global tourism services market. The substantial analysis of the current situation is made according to the newest statistics data; the character of changes in the state of the global tourism market is defined. The main trends of state's development are revealed as the result of global economic crisis. The main regions and countries suffered the greatest losses are indicated, the place of Ukraine at the world tourism market is determined. The feasible prospects of further development for the global international tourism market are showed.

Постановка проблеми. Як відомо, кон'юнктура ринку туристичних послуг не формується ізольовано. Вона є складовою загальної економічної

ситуації і значною мірою визначається нею. З огляду на це, варто зазначити, що за визнанням ООН, світова економіка нині зазнає найважчої з часів Другої світової війни фінансово-економічної кризи. Про це яскраво свідчить статистика.

До кризи, в період 2004-2007 рр. темпи зростання валового світового продукту (ВСП) складали 3,8 % щорічно. У 2008 р. ВСП зріс тільки на 2,1%, а у наступному 2009 р., за прогнозами, відбудеться зменшення ВСП на 2,6 %. І хоча у 2010 р. можна очікувати деякого приросту ВСП (за оптимістичним сценарієм максимум на 2,3%), ризик подальшого погіршення ситуації зберігається. [4].

У 2009 р. передбачається скорочення показників доходу на душу населення у світі на 3,7 %. І хоча криза розпочалась у розвинених країнах, і саме вони відчувають особливо різкий економічний спад, уповільнення темпів економічного зростання має майже повсюдний характер. Більше чи менше, але усі країни світу відчувають на собі тяжкі наслідки відтоку капіталу, збільшення вартості кредитів, падіння обсягів світової торгівлі, падіння цін на сировину та зменшення обсягів грошових переказів. Найбільш відчутні наслідки кризи, за прогнозами ООН, очікуються в Співдружності незалежних держав (СНД), країнах Африки на південь від Сахари та у Латинській Америці.

Загострення глобальної фінансової кризи спричинює також тяжкі наслідки у сфері зайнятості. З 2008 р. в усьому світі спостерігається швидке зростання безробіття. Як очікується, в 2009-2010 рр. ця тенденція посилюватиметься і підвищений рівень безробіття може зберігатися ще деякий час. Адже досвід минулих фінансових криз свідчить, що зазвичай докризовий рівень безробіття відновлюється лише через 4-5 років після початку економічного пожвавлення. [4].

За таких умов світовий туристичний ринок вочевидь не може залишатися збалансованим, а кон'юнктура стабільною. Розуміння характеру змін, що відбуваються нині на світовому ринку туристичних послуг, з'ясування тенденцій його розвитку є нагальною потребою не лише теоретиків, але й практиків туризму. Адже знання кон'юнктури світового туристичного ринку дозволяє їм спрогнозувати можливі перспективи щодо ділової активності у своїх регіонах (на місцевому ринку) та скорегувати відповідним чином стратегію і тактику власної діяльності з метою підвищення конкурентоздатності своєї фірми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної проблеми. Стан світового ринку туристичних послуг відстежують Всесвітня Туристична Організація (UNWTO), Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC), а також Європейська туристична комісія та деякі інші відомі міжнародні організації. Однак статистичний супровід подій відбувається з різною періодичністю і за різними показниками. Подібні обставини вимагають певних узагальнень, які б містили не тільки різноманітні дані про туристичні потоки, але й деякі показники, що відображають економічне значення туризму. До того ж, мінливість кон'юнктури у сучасних умовах вимагає постійного моніторингу туристичного ринку і порівняння наданих прогнозів з реальними даними.

Мета статті. Головною метою даної роботи є аналіз та оцінка

кон'юнктури світового туристичного ринку в умовах глобальної економічної кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий туристичний ринок останнім часом зазнав відчутних змін негативного характеру. Після чотирьох років поспіль послідовного підйому, з середини 2008 року спостерігається різке падіння попиту на туристичні послуги. Про це передусім свідчить зниження обсягу туристичних потоків.

Якщо перші п'ять місяців 2008 р. темпи приросту туристичних прибуттів у світі сягали +7%, то уже впродовж літа вони впали до менш як 2%. Як наслідок, зростання туристичних прибуттів в період з січня по червень становило 5%. Зважаючи на погіршення економічної ситуації, аналітики ЮНВТО восени 2008 р. прогнозували подальше падіння темпів приросту прибулих туристів.

Правомірність таких припущень стала очевидною уже в січні 2009 р., коли з'ясувалося, що упродовж другої половини попереднього року показник приросту туристичних потоків мав негативне значення (-1%). Загалом же за результатами 2008 р. темпи зростання потоків іноземних туристів впали приблизно у три рази порівняно з 2007 р. – 2% і більш як 6% відповідно. (див. табл. 1.).

Табл. 1. Міжнародні туристичні прибуття (за даними [6])

Світ, регіон, субрегіон	Міжнародні туристичні прибуття, млн. осіб						Ч астка на світо вому ринку, %	З міни за рік, %	Сер едньо- річний приріст, %
	Роки								2000
	2 000	2 005	2 006	2 007	2 008	2 008	0 7/06	0 8/07	
Світ	6 84	8 04	8 53	9 04	9 22	1 00	6, 1	2, 0	3,8
Європа	3 92,6	4 41,8	4 68,4	4 87,9	4 89,4	5 3,1	4, 1	0, 3	2,8
Північна Європа	4 3,7	5 2,8	5 6,5	5 8,1	5 7,0	6, 2	2, 8	-1 ,9	3,4
Західна Європа	1 39,7	1 42,6	1 49,6	1 54,9	1 53,3	1 6,6	3, 6	-1 ,1	1,2
Центральна і Східна Європа	6 9,3	8 7,5	9 1,4	9 6,6	9 9,6	1 0,8	5, 6	3, 1	4,6
Південна Європа і Східне Європейське Середземномор'я	1 39,9	1 58,9	1 70,9	1 78,2	1 79,6	1 9,5	4, 3	0, 8	3,2
Азія і Тихий океан	1 10,1	1 53,6	1 66,0	1 82,0	1 84,1	2 0,0	9, 6	1, 2	6,6
Північно- Східна Азія	5 8,3	8 6,0	9 2,0	1 01,0	1 01,0	1 0,9	9, 8	-0 ,1	7,1
Південно- Східна Азія	3 6,1	4 8,5	5 3,1	5 9,7	6 1,7	6, 7	1 2,3	3, 5	6,9

Океанія	9,6	1,0	1,0	1,2	1,1	1,2	1,7	-0,9	1,8
Південна Азія	6,1	8,1	9,8	1,0	1,3	1,1	2,6	2,1	6,8
Америка	1,28,2	1,33,3	1,35,8	1,42,9	1,47,0	1,5,9	5,2	2,9	1,7
Північна Америка	9,1,5	8,9,9	9,0,6	9,5,3	9,7,8	1,0,6	5,2	2,6	0,8
Карибський басейн	1,7,1	1,8,8	1,9,4	1,9,8	2,0,2	2,2	1,6	2,0	2,1
Центральна Америка	4,3	6,3	6,9	7,8	8,3	0,9	1,2,0	7,0	8,4
Південна Америка	1,5,3	1,8,3	1,8,8	2,0,1	2,0,8	2,3	6,5	3,6	3,9
Африка	2,7,9	3,7,3	4,1,5	4,5,0	4,6,7	5,1	8,4	3,7	6,7
Північна Африка	1,0,2	1,3,9	1,5,1	1,6,3	1,7,2	1,9	8,5	4,9	6,7
Субсахарська Африка	1,7,6	2,3,4	2,6,5	2,8,7	2,9,5	3,2	8,3	3,1	6,7
Близький Схід	2,4,9	3,7,9	4,0,9	4,6,6	5,5,1	6,0	1,4,0	1,8,1	10,5

Зниження туристичних потоків зареєстровано і Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA). Адже через зростання цін на нафту і як наслідок, на авіаційне паливо відбулося підвищення вартості авіаперельотів. Зменшилась у більшості регіонів світу і наповненість готелів, де вартість перебування подекуди зросла удвічі. [6,7,8]

Серед окремих регіонів першими відчули кризу Європа і Азія. Обидва вони завершили 2008 р. з показниками -3% щодо туристичних прибуттів упродовж другої половини року. Інші регіони перебували у кращій ситуації, але й там мали місце суттєві уповільнення темпів приросту потоків туристів порівняно з першою половиною року. [8]

Подальший розвиток подій перевищив очікувані негативні наслідки світової кризи. Так, ще восени 2008 р. за оцінками ЮНВТО, темпи зростання прибуттів наступного 2009 р. очікувалися в межах 0-2%. Однак уже січневий Барометр 2009 р. ЮНВТО прогнозував гірші річні результати – повну стагнацію, а можливо й навіть від’ємний приріст (від -1% до -2%). Втім, відповідно до зміни у світовій економіці, погляди на перспективи міжнародного туризму стрімко змінювалися. Червневий Барометр 2009 р. повідомив про подальший перегляд прогнозів ЮНВТО і оголосив про спад у міжнародному туризмі в 2009 р. на 4-6%. На цьому фоні має виділятися лише Африка, де очікується зростання прибуттів від 1% до 5%. Для усіх інших регіонів прогнози є негативними. Особливо невтішні вони для Близького Сходу зі зниженням туристичних прибуттів від -10% до -5% і Європи – від -8% до -5%. Проте значних втрат внаслідок кризи зазнають також Америка (від -6% до -3%) та Азія і Тихий океан (від -4% до -1%). [7,8,11]

При цьому експерти чітко вказували на те, що кон’юнктура світового туристичного ринку залежатиме від економічних умов. У разі покращання

ситуації міжнародний туризм почне відновлюватися. І навпаки, за умов подальшого поглиблення економічної кризи, виправдаються найпесимістичніші прогнози щодо розвитку міжнародного туризму. [8].

Економічна ситуація не поліпшилась і уже в січні та лютому 2009 р. обсяги туристичних потоків на світовому ринку виявилися на 8% меншими порівняно з аналогічними місяцями попереднього року. Найбільших втрат зазнали Північна і Південна Європа, Європейське Середземномор'я, а також Південна Азія та Близький Схід. [9].

На початку літа 2009 р. стало очевидним, що перші чотири місяці також не принесли позитивних змін, загальне падіння обсягів туристичних потоків зберігалось на рівні -8%. Причому, за виключенням Африки (+3%) та Південної Америки (+0,2%) , туристів «втратили» усі регіони світу. Найвиразніше негативні тенденції виявилися на Близькому Сході (-18%), передусім за рахунок падіння туристичних прибуттів до Саудівської Аравії. До регіонів, що найбільш постраждали належить і Європа (-10%). Причому найбільших збитків зазнали destinations субрегіону Центральна і Східна Європа, де показник приросту прибуттів іноземних туристів зафіксував значення -13%. Серед субрегіонів майже така сама ситуація склалася у Південній Азії (-12%).

Порівняно з попередніми роками помітно відставали упродовж перших чотирьох місяців також регіон Азія і Тихий океан (-6%) і Америка (-5%). Кількість туристів, що забажали відвідати американські destinations зменшилась за рахунок прибуттів з США та Європи. [11].

Квітень виявився найуспішнішим з перших чотирьох місяців 2009 р. Стимулом для подорожей стали Пасхальні свята, які у цьому році припали саме на квітень (а не на березень). Водночас, зменшився попит у березні та частково у травні (див. рис.1.).

Рис. 1. Динаміка міжнародних туристичних прибуттів 2008-2009 рр., % (за даними [7,10,11])

Падіння туристичних потоків за першу половину року засвідчили й дані по авіатранспорту. Так, за даними IATA, упродовж травня місця було зареєстровано зниження світового пасажиропотоку на 8%. Дані по наповненості готелів за перші чотири місяці також підтвердили світові тенденції щодо зниження туристичних потоків. Наповненість знизилась в усіх регіонах, і особливо в Південно-Східній Азії.

Попри зазначене загальне зниження туристичних прибуттів, деякі destinations у світі мали успіх. Так, приріст прибуттів туристів до Африки відбувся передусім за рахунок Марокко, Тунісу і Кенії, у Південній Америці – завдяки таким країнам як Чилі, Колумбія, Парагвай і Уругвай. Успішними виявилися також деякі інші американські destinations – Мексика і Куба, Ямайка і Гватемала, Гондурас і Нікарагуа, Панама. В регіоні Азія і Тихий океан позитивний приріст туристичних прибуттів мали

Республіка Корея, Тайвань і Малайзія. В Європі позитивні результати показали Македонія і Сербія, а на Близькому Сході – Йорданія, Ліван і Сирія.

Ближче до осені стало очевидним, що стрімке падіння попиту на світовому ринку туристичних послуг нарешті уповільнюється. Якщо в травні обсяги міжнародних туристичних потоків впали на 11%, в червні – на 7%, то уже починаючи з липня по вересень вони щомісяця зменшувалися тільки на 3%. Покращання ситуації на туристичному ринку засвідчило чимало DESTINATION, особливо в Азії, Європі і Близькому Сході.

Загалом за перші вісім місяців 2009 р. падіння потоків іноземних туристів порівняно з аналогічним періодом попереднього року складали 7%. Це означає, що усі DESTINATION світу відвідало 600 млн. туристів, що на 43 млн. менше ніж за аналогічний період 2008 р. Знижувальна кон'юнктура мала місце майже в усіх регіонах світу, однак найбільше зачепила криза Європу і Близький Схід. В кожному з цих регіонів обсяги туристичних потоків знизилися на 8% проти аналогічного періоду попереднього року. Як і на початку літнього сезону найбільших збитків зазнали DESTINATION у Центральній та Східній Європі (-11%). Щодо Близького Сходу, де з червня по вересень помітні були позитивні тенденції, то тут слід звернути на нестабільність туристичних потоків через релігійні події.

В Америці приріст також поки залишається негативним (-7%) і дана тенденція зберігалася упродовж липня та серпня. Найменше падіння в обсягах туристичних потоків виражено у Південній Америці (-1%). На противагу цьому, в регіоні Азія і Тихий океан (-5%) у серпні уже мав місце приріст туристичних прибуттів, передусім завдяки Північно-Східній Азії.

Табл. 2. Доходи від міжнародного туризму (за даними [6])

Світ, регіон	Зміни у доходах від міжнародного туризму, %			Частка на світовому ринку, %	Доходи, млрд. дол.		Доходи, млрд. євро	
	06/05	07/06	08/07		2007	2008	2007	2008
Світ	5,3	5,4	1,7	100	858	944	626	642
Європа	4,2	2,7	-1,1	50,2	435,2	473,7	317,5	321,1
Північна Європа	9,3	3,9	-2,4	7,4	70,7	69,8	51,6	47,5
Західна Європа	4,0	2,3	-2,5	17,2	149,6	162,1	109,2	110,2
Центральна і Східна Європа	8,4	9,0	2,7	6,2	48,5	58,1	35,4	39,5
Південна Європа і Східне Європейське Середземномор'я	1,6	1,0	-0,5	19,4	166,3	183,7	121,4	124,9
Азія і Тихий океан	11,1	9,8	2,7	21,8	186,8	206,0	136,3	140,1

Північно-Східна Азія	12,1	8,5	3,1	10,2	8,5,8	9,5,9	6,2,6	65,2
Південно-Східна Азія	15,9	1,4,8	1,5	6,5	5,5,3	6,1,1	4,0,4	41,6
Океанія	1,2	7,0	2,4	3,6	3,1,9	3,3,9	2,3,3	23,0
Південна Азія	13,9	5,2	6,1	1,6	1,3,8	1,5,1	1,0,1	10,3
Америка	2,1	6,3	5,0	19,9	1,71,3	1,88,4	1,25,0	12,8,1
Північна Америка	0,8	7,2	7,0	14,7	1,24,9	1,38,5	9,1,1	94,2
Карибський басейн	4,2	0,6	-2,1	2,5	2,3,2	2,3,8	1,7,0	16,2
Центральна Америка	10,5	8,9	-0,5	0,7	6,2	6,8	4,5	4,6
Південна Америка	6,6	6,8	2,7	2,0	1,6,9	1,9,3	1,2,4	13,1
Африка	11,5	9,1	-1,0	3,2	2,9,1	3,0,6	2,1,2	20,8
Північна Африка	19,6	7,5	-4,4	1,1	1,0,2	1,0,7	7,5	7,3
Субсахарська Африка	7,7	9,9	0,7	2,1	1,8,9	1,9,9	1,3,8	13,5
Близький Схід	3,0	9,0	1,7,3	4,8	3,5,0	4,5,6	2,5,5	31,9

Очевидним виключенням став Африканський регіон (+4%), який виглядав досить впевнено на тлі важкої ситуації у світі. Такий контраст можна пояснити потужною державною підтримкою туристичного сектор, зокрема, збільшенням його фінансування, що спричинено підготовкою до прийняття у себе Чемпіонату світу з футболу 2010 року. Варто також звернути увагу на легкий доступ та привабливі ціни в порівнянні з північними середземноморськими побережжями Європи. [6].

Черговим свідченням поступового, хоча й і повільного виправлення ситуації на світовому туристичному ринку є Індикатор Туризму за листопад 2009 Всесвітньої Ради з подорожей і туризму. Він повідомляє про те, що за період з січня по жовтень обсяг міжнародних туристичних прибуттів у світі знизився на 6,9%. При цьому «гальмувати» процеси загального відновлення продовжує передусім Європа, в країнах якої в'їзні туристичні потоки впали упродовж вказаних десяти місяців на 8,1%. Сучасні тенденції на світовому ринку дозволяють припускати, що за кількістю туристичних прибуттів 2009р. буде завершений з показником від -4% до -6% [12,13].

Падіння обсягів міжнародних туристичних потоків спричиняє серйозні соціальні наслідки. Якщо в 2008 р. у туристичній галузі було зайнято 8,4% від загальної кількості працюючих, то уже в 2009 р., за даними WTTC, цей показник знизився до 7,6%. Це означає, що упродовж року з різних причин зі сфери туризму змушені будуть піти приблизно 18,5 млн. осіб. [13,14].

ЮНВТО відзначає високий рівень кореляції між туристичними прибуттями і доходами. Різке падіння попиту на туристичні послуги спричинило й закономірне уповільнення зростання доходів від міжнародного

туризму (див. табл. 2.). А в Європі і Африці вони знизились (-1% у кожній). З урахуванням коливання обмінного курсу та інфляції, зростання надходжень від міжнародного туризму в 2008 р. становило лише 1,7 %. Між тим, упродовж двох попередніх років цей показник перевищував 5% [6]. Втім, у 2009 р. фінансові втрати ймовірно будуть ще більшими. За перше півріччя доходи від туризму знизилися на 9-10%. Загалом у 2009 р. очікується падіння доходів на 6-8%. [12,13].

Висновки. Нестабільна світова економіка, зокрема, глобальна фінансова криза, зріст цін на сировинні товари і нафту та різкі коливання валютних курсів спричинили різке падіння попиту на туристичні послуги в усіх регіонах світу. Як наслідок, сучасний світовий туристичний ринок продовжує (з другої половини 2008р.) демонструвати характерні ознаки знижувальної кон'юнктури –перевищення пропозиції над попитом, закономірне зниження цін на туристичні товари і послуги, падіння прибутків, загальне скорочення ділової активності тощо. Усе це, у свою чергу, спричинює банкрутства туристичних підприємств і зростання безробіття.

На кінець 2009 р. ситуація продовжує залишатися нестабільною, багато залежатиме від подальшого економічного розвитку. Додаткову невпевненість додає спалах грипу (H1N1) та його непередбачуваний розвиток. Через те найближчим часом будуть мати місце такі тенденції. Подорожі переважатимуть короточасні і спрямовані вони будуть здебільшого до близько розташованих destinations. Крім того, під час подорожей зменшаться витрати туристів. З огляду на це, пріоритет матимуть destinations з вигідним обмінним курсом валют. [8].

За оптимістичним прогнозами, в 2010 р. матиме місце повільний приріст прибуттів іноземних туристів від +1% до +3%. Найшвидше отямиться від кризи Азія. Водночас, Європі та Америці очевидно потрібно буде більше часу для відновлення. Африка, як очікується, так само залишиться регіоном з позитивними тенденціями, які підсиляться завдяки Чемпіонату світу у Південній Африці. Відновиться туризм і на Близькому Сході. До 2020 року обсяг міжнародних туристичних потоків, як очікується, досягне 1,6 млрд. [6,11,12,13].

1. Дані про стан розвитку туризму в Україні, за I кв 2009 року. Державна служба туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/> 2. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні (виїзний туризм), I кв. 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/> 3. Мировое экономическое положение и перспективы (Департамент ООН по экон. и соц. вопросам) 2009 (середина года) [Електронний ресурс]. – Режим допущення: <http://daccessdds.un.org/doc/UNDOC/GEN/N09/336/84/PDF/N0933684.pdf?OpenElement> 4. Travel & Tourism Economic Impact. European Union 2009. World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org/> 5. UNWTO Tourism Highlights, Edition 2009. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/index.php> 6. UNWTO World Tourism Barometer. Volum 6. No.3. October 2008 7. UNWTO World Tourism Barometer. Volum 7. No.1. January 2009 8. UNWTO World Tourism Barometer. Interim Update, April 2009 9. UNWTO World Tourism Barometer. Volum 7. No.2. June 2009 10. UNWTO World Tourism Barometer. Interim Update, September 2009 11. UNWTO World Tourism Barometer. Volum 7. No.3. October 2009 12. WTTC. Update of Monthly Tourism Indicators 17 November 2009 13. WTTC. Progress and Priorities 2008/09 14. WTTC. Executive Summary 2009

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ

Зроблено наголос на особливостях розвитку туризму в країнах Південно-Східної Азії на сучасному етапі.

The article emphasizes the specificities of current tourism development in the countries of South-East Asia.

Актуальність даної статті зумовлена самим феноменом туризму у сучасному світі: ні фінансові та економічні кризи, ні тероризм та природні катаклізми, ні економічні спади та зростання цін не можуть зупинити позитивну динаміку на туристичному ринку. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО), кількість людей, що подорожуватимуть в інші країни вже в 2020 році перевищить 1,6 млрд. чол. На фоні падіння частки Європи та Америки як у світовому туристичному потоці, так і стосовно доходів від туризму, вражаючим буде зростання частки Азії: майже удвічі в порівнянні із сьогоднішнім. У 2020 р. кожен четвертий турист відвідуватиме саме азійські держави, і це при тому, що Азія нині найбільшою мірою поєднує в собі всі природні та суспільні проблеми людства. Тому доволі цікавою *проблемною ділянкою*, якій присвячена стаття, є розуміння того, як на фоні факторів, що зазвичай лімітують розвиток туризму, відбувається його динамічний розвиток у Південно-Східній Азії.

Більшою мірою стаття покликана вирішити *практичні питання*, пов'язанні з розвитком туризму у Південно-Східній Азії, розуміння яких може допомогти у становленні туризму в Україні. Даний матеріал може бути корисним для студентів при вивченні курсів «Туристичне країнознавство» і «Рекреалогія» та фахівців у галузі туризму.

Стаття базується на сучасних статистичних даних ЦРУ США, ВТО та ЮНЕСКО, аналітичних розвідках в галузі туризму (Генш К.), туристичного країнознавства (Дахно І.І., Малиновська О.Ю., Стафійчук В.І.), політичної географії (Яценко Б.П.), географії релігій (Павлов С.В.). Невирішеною раніше частиною означеної вище проблеми є відсутність комплексного країнознавчого підходу в зазначених джерелах, який і пропонується авторами. Важливими *цільми* є визначення стану та розуміння особливостей розвитку туризму у всіх країнах Південно-Східної Азії на сучасному етапі.

До складу Південно-Східної Азії нині входять одинадцять країн: В'єтнам, Лаос, Таїланд, Камбоджа, М'янма, Філіппіни, Сінгапур, Індонезія, Малайзія, Бруней, Тимор-Лешті. Всі вони надзвичайно різні за розмірами території, чисельністю населення, рівнем економічного та соціального розвитку, ступенем політичної стабільності тощо. Поряд з тим, вони мають доволі багато спільних рис в туристичній сфері, що й дає підстави ВТО виокремлювати їх в окремий туристичний субрегіон.

На Південно-Східну Азію у 2007 р. припадало приблизно 6,6% світового туристичного потоку та 5,5% надходжень від туризму. Вона з року-в-рік ілюструє доволі високі темпи приросту основних показників туристичного ринку, а загальний приріст кількості іноземних туристів за 2000-2006 роки є одним з найвищих у світі (6,5%) і поступається лише відповідному показнику

Східної Азії та Центральної Америки. У 2007 р. темпи приросту туристичного потоку до попереднього року становили 12,2% (вищі вони були лише для країн Близького Сходу). Деякі характеристики туристичного ринку Південно-Східної Азії наведені в таблиці 1.

Таблиця 1. Основні характеристики туристичного ринку регіону, [на основі даних⁹]

Характеристика	Рік	Показник
Кількість іноземних туристів, млн. чол.	1990	21,5
	2005	49,3
	2007	59,6
Приріст кількості іноземних туристів, %	2006-2005	9,3
Доходи від туризму, млрд. дол. США	2000	26,8
	2005	33,8
	2007	53,7
Витрати одного туриста, дол. США	2006	750

Отже, однією з особливостей регіонального туристичного ринку є вже багаторічна позитивна динаміка щодо туристичних прибуттів та надходжень від туризму. Причому це характерно не лише для визнаних лідерів – Малайзії, Таїланду, Індонезії, Сінгапуру, а й для країн економічно відсталих (М'янма, Лаос) та тих, в яких нещодавно точилися жорстокі громадянські війни (Камбоджа, Тимор-Лешті). У 2007 році найвищі темпи зростання туристичного потоку мали Малайзія (19,5%), Камбоджа (17,7%) та В'єтнам (16,4%). На фоні попереднього року доволі скромні показники мав Таїланд (відповідно 19,5% та 4,6%) та М'янма, яка стала єдиною в регіоні країною, де кількість іноземних туристів зменшилась (13,9% у 2006 та -5,9% у 2007 роках).

Розподіл туристичного потоку між країнами регіону є нерівномірним [див. рис. 1]. Це є наслідком не так розмірів території та наявності природних чи історико-культурних ресурсів, економічної ситуації, як рівня розвитку інфраструктури, історії присутності на туристичному ринку, а загалом рівня сформованості національного туристичного продукту та його позиціонування на ринку. Таким чином, на 2007 рік 36% туристичного потоку в Південно-Східній Азії припадало на Малайзію, 25% – Таїланд, 13% – Сінгапур і менше 2% на разом узяті Лаос, М'янму, Тимор-Лешті та Бруней.

У цьому контексті важливою особливістю країн Південно-Східної Азії є ставка на розвиток приморських видів рекреації, еко-туризму, шоп-туризму. Вихід до теплих морів та відносно сприятливі кліматичні умови є основою для формування потужних і популярних приморських курортів. Сучасний світовий туристичний ринок важко уявити без приморських курортів Малайзії (Лангаві, Пенанг, Дамай), Таїланду (Паттайя, Пхукет, Самуй, Самет, Хуа Хін, Ча-Ам), Індонезії (Балі, Ломбок, Бінтан), Філіппін (Боракай, Анілао, Багак, Бохоль, Малапаска, Бантаян, Палаван). Поступово набирають світової популярності курорти Сінгапуру (Сентоса), В'єтнаму (Вангтау, Нячанг, Дананг, Дошон), Камбоджі (Сіануквіль), М'янми (Нгапалі) тощо [1, 5].

Найкращі курорти для любителів підводного плавання в регіоні – це малайзійські Сіпадан, Пангкор, Тіамін-Айленд, філіппінські Ель-Нідо, Кабілао, Малапаска, Пуерто-Галера, Субік-Бей (головний об'єкт дайвінгу – затонулі кораблі), тайські Крабі, Пхукет, Пхі-Пхі, індонезійські Санур, Вайара, Вайтеранг, Вех, в'єтнамський Нячанг та інші. Чудові природні передумови для розвитку відповідного напрямку мають індонезійські острови Натуна, Талауд, Бангай; філіппінський архіпелаг Сулу та дрібні острови внутрішніх морів Сібуян, Вісаян, Мінданао; м'янманський архіпелаг Мергуї; прибережні зони В'єтнаму і Тимор-Лешті тощо. Популярними серед серферів є курорти Крабі, Пхукет (Таїланд), Кута, Ніас (Індонезія), Катандуанес (Індонезія), Дананг (В'єтнам). На більшості курортів регіону пропонується широкий вибір інших видів відпочинку на воді.

Загалом країни пропонують відпочинок як на гамірних курортах, на зразок Паттаї, Пенангу або Балі, так і в справжніх «райських куточках» з білопіщаними пляжами в оточенні кокосових пальм, блакитними лагунами, кораловими рифами та відчуттям відсутності цивілізації. Єдине, що супроводжує туристів всюди це високі стандарти обслуговування та доброзичливість. Навіть у найвіддаленіших курортах присутні відомі бренди туристичної індустрії, в першу чергу всесвітньовідомі готельні ланцюги та групи.

Серед основних передумов розвитку еко-туризму: екзотична природа тропічної та приекваторіальної зон, багата на ендеміки і релікти; розгалужена система національних парків з цікавими природними об'єктами; етнографічні особливості місцевого населення, в тому числі «загублених» племен; існування «білих плям» на карті регіону (особливо індонезійська частина острова Нова Гвінея) тощо. Найважливішим зонами даного виду туризму є острови Калімантан, Комодо, Сулавесі, північні райони Таїланду та М'янми, басейн р.Меконг в Лаосі та Камбоджі, інші віддаленні від великих міст території. Серед найбільш популярних серед туристів природоохоронних об'єктів значаться національні парки Гунунг-Мулу, Кінабалу, Таман-Негара, Мулу (Малайзія), Комодо-Падар-Ринко, Гунунг-Палунг, Керінчі-Себлат, Балі-Барат (Індонезія), Дой Інтханон, Каенг Крачан, Кхао Лаем Я-Му Ко Самет, Кхао ЯЙ, Нонг-Нуч (Таїланд), Маунт-Апо, Кесон, Сентраль-Себу, Біколь, Фуйот-Спрінг (Філіппіни), Батьма-Хайван (В'єтнам), Ангкор (Камбоджа), Лампі (М'янма), Улу-Тембуронг (Бруней), Національний (Сінгапур), численні морські парки, ботанічні сади та резервати для дичини [2, 4].

Дешевизна життя у Лаосі, Камбоджі, В'єтнамі, М'янмі та існування зон безмитної торгівлі, наприклад Лангкаві, сприяють розвитку шоп-туризму, на який роблять ставку відповідні країни. У цьому відношенні низький рівень економічного розвитку є чинником, який сприяє розвитку туризму.

Доволі популярним напрямком, особливо для Таїланду, Філіппін, Індонезії та В'єтнаму, залишається *секс-туризм*. *Бальнеологічні та гірськокліматичні курорти* зорієнтовані переважно на задоволення внутрішнього попиту і є нечисленними.

Культурно-релігійне різноманіття – ще одна особливість розвитку туризму в Південно-Східній Азії. Регіон знаходиться на стику різних частин

світу та цивілізацій. Навіть сама назва найбільшого півострова – Індокитай – говорить сама за себе. Більш-менш значна китайська діаспора присутня у всіх країнах (найбільшою вона є в Сінгапурі – 76,8% населення; принагідно відзначимо, що китайські туристи формують значну частину туристичного потоку у всі країни, а місцеві китайці контролюють значну частку фінансового ринку та сфери послуг). Буддизм, місцем зародження якого був басейн Гангу, нині є основною релігією для декількох країн регіону. Важливий вплив на історико-культурний розвиток мала і європейська колонізація. Найбільш строкатою є етнічна ситуація на Філіппінах (найбільша етнічна група тагалог становить лише 28,1% населення), в Індонезії (яванці – 40,5%; населення говорить 583 мовами) та Малайзії (малайці – 50,4%). Відносно однорідною вона є у В'єтнамі (в'єти – 86,2%) та Камбоджі (кхмери – 90%) [дані за 6]. Окрім місцевих мов у регіоні поширені англійська, французька, діалекти китайської, тамільська, португальська та нідерландська мови, що також сприяє розвитку іноземного туризму.

Не менш строкатою за етнічну, є релігійна картина регіону: буддизм є провідною релігією в Камбоджі (95%), Таїланді (94,6%), М'янмі (89%), Лаосі (67%), Сінгапурі (42,5%), В'єтнамі (за офіційною статистикою лише 9,3%, насправді набагато більше); понад 10% населення є буддистами в Малайзії, Брунеї; іслам домінує в Індонезії (86,1% населення), Брунеї (67%), Малайзії (60,4%) та є впливовим у Сінгапурі і на Філіппінах; католицизм завдяки європейським колонізаторам закріпився в Тимор-Лешті (98%) та на Філіппінах (80,9%); християнство є важливою складовою у релігійній структурі Сінгапуру (14,6%), Брунею (10%), Малайзії (9,1%), Індонезії (8,7%) [дані за 6].

Релігійний фактор суттєво обмежує розвиток туризму лише у деяких мусульманських країнах (Бруней), або в місцях протистояння мусульман з представниками інших релігій. Найбільшою мірою сприяє розвитку туризму буддизм, особливо в Таїланді.

Багата і унікальна історико-культурна та природна спадщина Південно-Східної Азії знайшла відображення у Списку всесвітнього надбання ЮНЕСКО [див. табл. 2].

Ще одна особливість розвитку туризму в регіоні – це *доволі слабе реагування на політичну нестабільність*. Чіткий взаємозв'язок між загостренням політичної ситуації та позицією на туристичному ринку можна прослідкувати лише на прикладі М'янми. В решті країн навіть при наявності районів сепаратистських та партизанських рухів (Іріан-Джая в Індонезії, о.Мінданао на Філіппінах, прикордонні райони Камбоджі) або загостренні політичних криз (Таїланд, Індонезія) характерною є позитивна динаміка туристичного потоку.

Регіон, не зважаючи на певні успіхи в галузі охорони здоров'я все ще продовжує бути ареалом *поширення багатьох небезпечних захворювань*. В контексті важливості секс-туризму на деяких курортах, важливою проблемою залишається поширення ВІЛ/СНІДу та венеричних захворювань. І хоча частка носіїв ВІЛ/СНІДу в більшості країн регіону не перевищує 0,2% (виключенням тут є Таїланд (1,4%), Камбоджа (0,8%), М'янма (0,7%), В'єтнам та Малайзія (по 0,5%) [дані за 6]), однак темпи його поширення

носять загрозливий характер. Загалом в більшості столиць та найважливіших курортних зонах рівень медичного обслуговування досить високий. Однак, виїжджаючи за їх межі варто пам'ятати, що в регіоні зберігаються природні нозоарели збудників малярії (крім великих міст та території Брунею), лихоманки денге, чуми, фрамбезії, холери, черевного тифу, японського енцефаліту, дизентерії, атипової пневмонії [5, с.191]. Знаходячись за межами населених пунктів (інколи і в них) варто пам'ятати про небезпеку контакту зі зміями, скорпіонами, павуками, хижаками, а в морі (особливо в районі коралових рифів) – акулами, скатами, медузами (найбільш небезпечна «морська оса» в районі Філіппінських островів), рибою-каменем тощо.

Таблиця 2. Всесвітня спадщина, 2009 р. [7]

Країна	Кількість	Об'єкти Всесвітньої спадщини
В'єтна	5	Історична частина міста Хюе, бухта Ха-Лонг, місто Хой Ан, заказник Мі Шон, національний парк Пхонг-Нха-Кебанг
Індонезія	7	Храмовий комплекс Бوروبудур, храмовий комплекс Прамбанан, національні парки Комодо, Лоренц, Уджунг Кулон, вологі тропічні ліси Суматри, стоянка древньої людини в Сангріані
Камбоджа	2	Храмовий комплекс Ангкор, храм Преах Віхіар
Лаос	2	Місто Луангпхабанг, культурний ландшафт та древні поселення в районі міста Тямпасак
Малайзія	3	Національний парк Гунунг-Мулу, національний парк Кінабалу, історичні частини міст Малакка та Джорджтаун
Таїланд	5	Історичне місто Аюттхая, історичне місто Сукхотая, археологічна пам'ятка Банчіанг, резервати дикої природи Тхунгяй та Хуайкхакхенг, лісовий комплекс Донгфайсен-Кхауяй
Філіппіни	5	Філіппінські церкви в стилі бароко, морський парк Риф Туббатаха, рисові тераси на о.Лусон, історична частина міста Віган, національний парк Підземна річка в Пуерто-Прінсесі

Варто також зазначити, що Південно-Східна Азія, особливо острівна та узбережна її частина, є зоною поширення землетрусів, цунамі, вулканічної активності, тайфунів і тропічних циклонів.

Важливими особливостями розвитку туризму в країнах Південно-Східної Азії можна назвати також *дієву* (на відміну від вербальної в Україні) фінансову і політичну підтримку туризму з боку державних інститутів, заохочення іноземних інвесторів, високий рівень розвитку туристичної та транспортної інфраструктури тощо.

Висновки. Отже, багато країн регіону ще якихось 10-15 років тому були на «задвірках» навіть азійського туристичного ринку, а нині без них важко уявити і світовий туристичний ринок. Головна особливість цих країн полягає у тому, що досягли вони цього швидше не завдяки позитивним, а всупереч негативним чинникам. На фоні політичної, економічної і соціальної нестабільності (за виключенням 2-3 країн) та природних катаклізмів туристичні потоки в країни регіону постійно зростають, а туристична індустрія динамічно розвивається, на відміну від України.

1. Генш К. Курорты мира. Путеводитель. – М.: АСТ: Востко-Запад, 2007. – с. 44-47, 75-77, 98, 126-127, 145, 205-208, 232-234. 2. Дахно І.І. Країни світу: Енциклопедичний довідник. – К.: Мапа, 2004 – с. 67, 90, 177, 212, 268, 305, 336, 454, 488, 497, 547. 3. Політична географія і геополітика: Навч. посібник / Б.П.Яценко, В.І.Стафійчук, Ю.С.Брайчевський та ін.; за ред Б.П.Яценка. – К.: Либідь, 2007. – с.35-48, 234-253. 4. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси. – К.: Альтерпрес, 2009. – 432 с. 5. Стафійчук В.І. Рекреаологія. Навч. посібник. – К.: Альтерпрес, 2008. – с. 185-198, 218-224. 6. www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bx.html - 06.04.2009 7. whc.unesco.org/en/list - 15.10.2009 .www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_3_en_LR.pdf

УДК 911.3

Яценко Б.П.

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ЯПОНІЇ

В статті досліджується туристсько-рекреаційні комплекси Японії, як приклад будови туристко-рекреаційного комплексу економічно розвиненої країни.

In the article probed tourist and recreation complexes of Japan, as an example of structure turistko-rekreaciynogo to the complex economic the developed country.

Стан питання та актуальність дослідження. В українських наукових виданнях публікації, в яких розглядається на прикладі проблематика вищезазначеного Японії, поки що робилися лише авторам даної статті та молодими країнознавцям.

Мета дослідження. В запропонованому тексті основна увага зосереджена на висвітленні культурологічних та екологічних аспектів досліджуваного питання. Цей матеріал може бути використаний при плануванні програм розвитку туризму в Україні.

Початок ери міжнародного туризму в Японії звичайно датують 1963 роком, коли парламентом був прийнятий закон, що визначив основні цілі і напрямки, з одного боку, залучення іноземних туристів, з іншого - підтримки та прагнення японців довідатися про світ. Але сама поява цього закону результат реалізації більш раннього задуму, появи якого, сприяла й згадана нижче подія. 22 вересня 1953 р. у м. Осака з ініціативи глави відомої тепер електротехнічної компанії й одного з визнаних авторів японської концепції менеджменту К. Мацусьти вперше в післявоєнній історії країни відбулася ділова гра на тему "Створимо прекрасну і багату Японію". Кожний з десяти учасників - а це були відомі підприємці, учені, журналісти - виступив у ролі "міністра на один день". Таким чином ніби був створений "парламент на один день". Організаторові цієї акції дісталася посада міністра в справах туризму. Промові К. Мацусьти, проголошеної, як він пізніше визнавав, "з великою наснагою", він звернув увагу не стільки на жалюгідний стан доріг, нестачу автобусів і невідповідність готелів, скільки на сутність розуміння ролі туризму у культурологічному та екологічному вихованні в першу чергу важливості залучення іноземних туристів. "Після війни, - говорив оратор, -

ми часто казали про необхідність перетворити Японію в промислову державу, у сільськогосподарську державу, у торговельну державу, і витратили на це безліч грошей. Але я вважаю, що нашою найважливішою задачею є перетворення Японії в туристичну державу, і на це не слід шкодувати ніяких коштів. Тому що найбільша вигода від перетворення Японії в туристичну державу полягає в тому, що завдяки цьому наша країна стане винятково мирною. Будівництво туристичної держави спрямовано не тільки на те, щоб розбагатіти. Воно виходить з інтересів миру на нашій землі, засновано на дусі добродійності, згідно до якої "імуші" повинні поділитися своїм багатством з "незаможними". От чому нам слід застосувати всі засоби для реалізації цієї ідеї". Важко сказати, яку роль зіграли ці пропозиції К. Мацусьї надалі в розвитку туризму в країні. Однак не підлягає сумніву, що дуже багато чого з того, і було зроблено і робиться в даній сфері бізнесу, виявляється разюче співзвучним словам видатного японського менеджера. Звернемо увагу на деякі визначальні реалії японського досвіду.

А) Туризм у Японії став справою загальнонаціональною. Він об'єкт пильної уваги авторитетних державних структур, насамперед Департаменту туризму Міністерства транспорту, який має цілу мережу регіональних відділень, а також двох органів при канцелярії прем'єр-міністра країни - Ради по туристській політиці і Міжвідомчій координаційній раді по туризму. У компетенцію останньої входить узгодження зусиль міністерств і відомств, так чи інакше пов'язаних з туризмом.

Б) З метою сприяння іноземцям, що приїжджають у Японію, і громадянам Країни сонця, що сходить, які збираються за кордон, у квітні 1959 р. на основі спеціального закону була створена комерційна Японська національна туристська організація (JNTO). Проблеми ж національного туризму перебувають у віданні, головним чином, Японської туристичної асоціації (JTA).

В) В системі туризму в Японії діють спеціалізовані туристичні агентства і фірми, яких тут нараховується більш п'яти тисяч.

Г) Турбота держави про розвиток туристського бізнесу виявляється й у правовій підтримці перспективних починань у цій галузі. Прикладами можуть служити закони про розвиток курортних регіонів, про національні парки, про поліпшення устаткування міжнародних туристичних готелів, про роботу гідів-перекладачів, про розвиток туризму через традиційні свята і заходи, про гарячі джерела і багато іншого.

Погоджені зусилля держави і бізнесу не виявилися плідними. Нині Японія має в своєму розпорядженні першокласні і добре активовані "туристичні ресурси" та національні парки, заповідники, доглянуті і відреставровані пам'ятники, зоопарки і ботанічні сади, музеї і розважальні комплекси. А ознайомлення з цими пам'ятками перетворюється в комфортне заняття завдяки розвиненому готельному господарству, сучасній транспортній системі, сервісу, який відповідає найвищим світовим стандартам. Безпосередньо в сфері туризму трудяться працює близько 2 мільйонів чоловік. Крім того, 4,1 мільйони чоловік, або 6.3 відсотки від числа японців, що мають постійну роботу, зайняті виробництвом пов'язаних з туризмом товарів і послуг. Частка діяльності підприємств ТРК у валовому

внутрішньому продукті складає 5,4 відсотки.

За період з 1964 р. по 2006 р. число іноземних туристів, що щорічно відвідують Японію, зросло до 7,3 млн. чоловік. Це, безумовно, успіх, але відносний : до лідерів іноземного туризму, Японії ще далеко. Якщо відношення числа закордонних туристів, що приїхали, наприклад, у Великобританію, до числа громадян цієї країни склало в 2000 р. 0,33, у Франції - 1,04, у Сінгапуру - 2,02, то в Японії - 0,05. Головну причину, що стримує потік закордонних гостей у країну, вбачають у тому, що перебування в Японії "завдяки" постійному росту курсу ієни є дорогим задоволенням. Набагато ефективніше розвивається зарубіжний туризм - поїздки японців в інші країни. За той же сорокарічний період число її громадян які щорічно виїжджають за рубіж, досягло в 2006р. до 17,5 млн. чоловік.

Бажаючи зробити Японію одним з основних центрів міжнародного туризму, уряд докладає зусиль до того, щоб створити для іноземців необхідні зручності. Насамперед це стосується цін на товари, проблем, що виникають через мовний бар'єр і систему транспорту, що дуже заплутана незважаючи на те, що має репутацію однієї з найефективніших у світі. План уряду по розвитку в'їзного туризму передбачає доведення кількості іноземних туристів до 10 млн. до 2010 р. Але незважаючи на те, що в розвитку туристичного бізнесу вже досягнуто помітний прогрес, фахівці відомих фірм цієї галузі говорять, що Японія ще має перебороти великі перешкоди. Головним з них є високі ціни, особливо на проживання і харчування. Один із прикладів такого удосконалення - кодова система, введена на станціях Токійського метрополітену. Система токійського метро та міських електричок здобула сумну популярність своєю складністю і заплутаністю, а також недостатністю показників на іноземних мовах. І тепер кожна станція токійського метро має не тільки буквенне, але і цифрове позначення, що значно полегшує туристові, що не володіє японською мовою, визначити потрібний маршрут і користуватися метрополітеном. Крім того, на всіх станціях тепер продається і маршрутна карта метрополітену англійською мовою. На зворотній стороні карти надрукована інструкція про те, як користуватися метрополітеном, на англійській, корейській, китайській і японській мовах.

Уряд відкрив в Інтернеті багатомовний сайт, на якому утримується необхідна інформація про туристичні маршрути і готелі, найбільш прийнятні за цінами для іноземців. Почав діяти сайт, через який іноземці зможуть придбати авіа - і залізничні квитки з великими знижками. Основна залізнична компанія Японії JR (Japan Rail) почала продавати іноземцям єдиний квиток на ряд поїздок протягом усієї туристичної поїздки, однак цей квиток ще недійсний на всіх приватних лініях.

Ще одні труднощі, з яким зіштовхуються іноземні туристи, це система готельного обслуговування. У Японії склалася унікальна культура гостьових будинків і закладів. З одного боку це готелі європейського типу (hotel), з іншого - японського ("рьокан"). Тому багато іноземних туристів бажають відчувати колорит японського сервісу або в hotel, або в «рьонкан». І дійсно, у Японії є багато традиційних «рьонкан» в національному стилі, особливо у віддалених районах, однак вони обслуговують тільки японців і доступні

далеко не кожному іноземцеві. Власники традиційних готелів вважають, що умови в цих готелях у недостатній мірі відповідають вимогам іноземних туристів, що бажають у них зупинитися. Отже, якщо Японія хоче збільшити число іноземних туристів, власники повинні відкрити більше готелів японського стилю, пристосованих до смаків іноземців. Чим більше іноземних туристів будуть приїжджати в Японію, тим більше різноманітними будуть їхні смаки і звички. Тому японські "рюкани" повинні їм відповідати і бути більш доступними.

Наведемо декілька приладів турпрограм в яких враховані культурні та екологічні особливості країни.

Іміджевий та паломницький туризм. Протягом багатьох століть квітка сакури була самою улюбленою в країні і стала символом японського характеру. Одним із провідних сегментів внутрішнього туризму в Японії який базується на естетичних принципах японської культури є милування об'єктами природи (Ханамі, цукімі, юкімі) з відвіданням найбільш іміджевих місць країни. Цей тип туризму стає все більш популярним і в іноземців.

"Ханамі", милування квітучою сакурою, - сама улюблена традиція японців. Але, незважаючи на те що буквально "ханамі" перекладається як "милування квітами", воно не менш міцно асоціюється з відпочинком із гарною закускою і випивкою на пікніку з родиною або з друзями під квітучими деревами. Сезон цвітіння сакури починається не тоді, коли квіти з'являються на окремих деревах, а коли вся країна перетворюється в чарівний сад біло - рожевих квітів. Наприкінці березня, коли вщухають останні зимові холоди масмедіа починають інформувати, як на японських островах рухається хвиля квітучої сакури. Звичайно, цвітіння починається на півдні Кюсю, потім, на початку квітня, доходить до Токіо і до середини травня досягає Хоккайдо.

На думку істориків, традиція милування квітами сакури зародилася при імператорському дворі в Кіото в період Хейан (794-1185 роки). Але до цього періоду цінителі прекрасного були ще більш небайдужі до квітучої сливи ("уме"), дерева якої були завезені в Японію з Китаю і вважалися символом іноземної культури. Милування квітучої сакурою увійшло в список офіційних свят і обрядів. Одне із самих відомих "ханамі" було проведено в 1598 році воєначальником Тойотомі Хідейосі. На честь повної перемоги над князями-сепаратистами і встановлення контролю над усією країною. Хідейосі очолив процесію до храму Дайго в Кіото, де і відбулося святкування з приводу цвітіння сакури. Ця подія стала улюбленим сюжетом численних поем і театральних постановок.

Квіти сакури були також улюбленим сюжетом багатьох відомих майстрів. Ми їх бачимо в чисельних картинах, панно, поемах, а пізніше на фотографіях і у фільмах, не говорячи вже про те, що сакура є самим популярним орнаментом жіночих кімоно.

В наш час у Японії існують більш 300 видів сакури, хоча найбільш поширеним є не більш 10 видів. Чому квітка сакури зберігла свою популярність протягом настільки тривалого часу? Вважають, що швидкоплинність цвітіння сакури, що триває усього кілька днів, найбільше відповідає особливостям японського характеру. А традиція влаштовувати пікнік під квітучими деревами пов'язана з древнім повір'ям, що квітковий

пилок, що упав у чашку саке, додає силу і здоров'я.

Багато магазинів і універмаги прикрашені квітами сакури, але виглядає це менш романтично, оскільки в основному квіти виготовлені з пластмаси. На прилавках з'являються продукти та напої, доступні тільки в сезон цвітіння сакури. Найбільш відомі з них - "сакура тя", чай з підсоленими пелюстками сакури, і "Сакура Моті", пиріжки з клейкого рису з начинкою із солодких червоних бобів, обгорнені в підсолений лист сакури. У кожному магазині можна придбати і "ханамі бенто" - скриньку для пікніка з різними закусками, десертом і коктейлями. Але не тільки японці оцінюють красу цвітіння сакури. Кожний, хто відвідає в цей час Японію, зберігає незабутнє враження, коли побачить квітучі дерева, що колишуться на вітру ("ханафубукі"), а також цвітіння сакури при світлі місяця або паперових ліхтарів ("едзакура"). Це враження збережеться в пам'яті на довгі роки. Незважаючи на те що в кожній області є багато відомих місць, де можна помилуватися квітучою сакурою, всі уважно стежать за повідомленнями по радіо і телебаченню про те, де можна побачити айкрасивіше цвітіння в даний момент. У Токіо сакура звичайно розцвітає в квітні, і пропустити цей сезон неможливо. Одно з найвідоміших місць "ханамі" у Токіо - національний парк Сіндзюку – «коен», у якому ростуть 1500 дерев сакури 75 видів. Популярний і парк Уено, найбільший міський парк Токіо площею в 626 тис. квадратних метрів, у якому ростуть 1100 дерев. В кінці березня на початку квітня тут проводиться міський фестиваль, присвячений сезону цвітіння сакури. Не менш відомий парк Суміда, у якому ростуть близько 400 дерев і під ними встановлено унікальне підсвічування. Щоб помилуватися квітучою сакурою, потрібно це робити в сонячну погоду, щоб дощ і вітер не перешкодили побачити дерева у всій їхній пишноті.

Відвідання знакових туристичних центрів Японії. Визнані лідери по туристських прибуттях, в цьому сегменті є префектури Кіото, Вакаяма (Кумано – країна мертвих), Міе (храми і монастирі, історичні храмові комплекси сінтоїзму), Нара (Храм Великого Будди) тощо.

Кіото називають іноді Містом тисячі храмів. Насправді ця цифра зменшена майже вдвічі і не відбиває багатства релігійного і духовного життя міста. Нині в Кіото збереглося і функціонує близько 300 синтоїстських храмів і більш 1600 буддистських, (причому 30 з них є головними храмами різних буддистських шкіл) і сект і три імператорських палаци, 24 музеї, де представлена п'ята частина усіх національних скарбів Японії, незліченна кількість малих і великих садів; 17 пам'ятників Історії і культури, що знаходяться в Кіото, внесені в списки світової культурної спадщини. То ж іноземні туристи після відвідин столиці хочуть перш за все побувати в Кіото.

Тут, в так званій «старій» столиці (Коккьо) завернувши в тому або іншому місці із широкого проспекту, можна опинитися в маленькому провулку, забудованому потемнілими від часу будинками майстерень, де по розробленим століття назад технологіям виготовляють, у тому числі і на очах відвідувачів, лакові вироби, емалі, тканини, кераміку, порцеляну, ляльки, віяла, вишивки, вироби з бамбуку. Тут у тиші кіотських садів, у численних майстернях, художніх студіях і ательє трудяться над створенням чергових шедеврів імениті японські художники, каліграфи, скульптори. Місцеві

ресторани пропонують традиційні частування, здатні привести в захоплення будь-якого гурмана. Барвисті фестивалі і свята збирають у це місто мільони учасників і глядачів із усіх кінців країни та світу. Щорічно Кіото відвідує близько 35 млн. гостей, в т.ч. практично всі іноземці, що відвідали Японію.

Глибока насиченість Кіото шедеврами історії і культури світового класу не перетворює його відсторонений від мирської суєти місто-музей. Він живе повнокровним життям одного з найбільших центрів економічної активності країни. Але все-таки основним бізнесом для Кіото і головним джерелом поповнення міського бюджету залишається туризм. У місті існує досить розгалужена мережа туристичних агентств і бюро, здатних задовольнити різноманітні запити приїжджих. У кожного агентства є свої розроблені маршрути знайомства з містом, найдетальніший маршрут відкриє усього лише одну з незліченних граней міста. Щоб зрозуміти душу міста будуть потрібні місяці безустанних блукань по його вулицях, роздумів у тіні вікових дерев, медитації в дзенських садах і храмах. Тому, перелічивши основні визначні пам'ятки міста, гіді надають туристові можливість самому вибрати найбільш цікавий для себе маршрут.

Префектура Вакаяма розташована на півострові Кію в центральній частині острова Хонсю, недалеко від двох давніх столиць Японії - Кіото і Нара, що по праву вважаються колискою культури країни. Однак через відсутність придатних для господарського освоєння територій, Вакаяма тривалий час була "задвірками". Важко прохідний рельєф сприяв формуванню в цих місцях святих місць залишків самурайських кланів. У протигагу сусідній префектурі Міе, що вважається головним оплотом синтоїзму - національної релігії Японії, Вакаяма може бути визнана заповідником буддизму. З'явившись у другій половині VI століття Японії, буддизм став швидко набирати силу і незабаром почав відігравати важливу роль у соціальному укладі японців. В 816 р. на горі Як-сан був побудований храм Конгобудзі. Займався цим Кукай - знаменитий чернець, винахідник японської абетки, скульптор, поет, вірші якого читають і в наші дні. Згодом храм цей розрісся до цілого храмового комплексу Як-сан. На початку XVII століття на його території було біля тисячі храмових будівель. Кілька мільйонів віруючих щорічно відвідують ці місця.

Кумано – важливий центр паломництва в країні територія цього національного парку з чудовими водопадами знаходиться на південному-сході префектури. У XI столітті імператори й аристократія почали відвідувати розташовані там три синтоїстських храмових комплекси: Кумано Хонгу, Кумано Хаятама і Кумано. Відмітним знаком цих трьох храмів став чорний триногий ворон на тлі червоного кола. (Цей же міфічний ворон був прийнятий як символ Футбольної асоціації Японії.) Околиці Кумано відомі на всю Японію своїми гірськими пейзажами, водоспадами на численних річечках, що стікають з гірських схилів. Серед водоспадів виділяють 48 каскадів Наті. Найбільший у Японії водоспад Наті має висоту 133 метра. Вважається, що в ньому живе синтоїстський бог. Наті зі своїми "молодшими братами" приваблює щорічно тисячі туристів, що сфотографуються на тлі Наті або прекрасного буддійського храму Сейгантодзі. Для японців і таке «співжиття» синтоїстського бога і буддійського храму виглядає цілком

нормальним. Іноземцям же подібна картина дає можливість відчутти синкретизм цих двох релігій, що зрослися в нерозривну сув'язь. Храмам у Кумано, храмовому комплексові на горі Як-сан, а також іншим історичним пам'ятникам у горах Есіно Оміне і древніми, мощеними каменями, доріжкам що єднають їх у 2004 р. рішенням ЮНЕСКО було надано статусу Всесвітньої спадщини. Ці місця з давніх часів були священні для синтоїстів і прихильників буддизму.

Відвідання національних парків. Національні парки один з найбільш привабливих об'єктів для туристів. Так, у деяких країнах (США, Японія) відвідуваність національних парків досягає 90 млн. внутрішніх (своїх) та іноземних туристів на рік.

У листопаді 1993 р. був прийнятий Основний закон про навколишнє середовище. В ньому було закладено фундамент захисту навколишнього середовища, сформульовано положення про необхідність підтримки балансу між економічною діяльністю і збереженням навколишнього середовища. В Закон було введено положення про оцінку нових будівельних проектів на предмет захисту навколишнього середовища. На базі цього закону уряд прийняв у грудні 1994 р. спеціальну екологічну програму, спрямовану на створення такого суспільства, що зможе водночас підтримувати економічний розвиток зводити до мінімуму вплив на навколишнє середовище. Положення з бюджету 1999 р. уряд асигнує кошти на підтримку навколишнього середовища загальну суму в 3-4 трлн. ієн. Щорічно. Водночас усвідомлено, що: а) для збереження природної спадщини і біологічної розмаїтності національних парків необхідно посилити фінансування системи особливо охоронюваних природних територій – заповідників і національних парків, створити умови для традиційного природокористування; б) Назріла необхідність створення систем керування і наукового забезпечення особливо охоронюваних природних територій. Для цього національним паркам бажано надати фінансову самостійність при одночасному посиленні екологічного контролю з боку держави; в) необхідно провести комплексну оцінку екосистем країни, розробити заходи по збереженню генетичного ресурсу природних систем; г) провести ревізію пам'ятників природи переглянути існуючу класифікацію охоронюваних природних територій. д) Слід перевести в статус національних парків деякі території, популярні серед туристів, які знаходяться під сильним антропогенним рекреаційним тиском. Впровадження розумної плати за відвідування цих національних парків дозволить діставати кошти на їхнє збереження.

Як приклад, розглянемо маршрути збалансованого туризму парку Фудзі-Хаконе-Ідзу. Національний парк Фудзі-Хаконе-Ідзу, включає вулкан Фудзі і території які прилягають з півдня до її підніжжя. Значна частина заповідника знаходиться в префектурі Сідзуока. Відвідати цей неповторний й історично важливий куточок країни можливо різними шляхами. В національний парк Фудзі-Хаконе-Ідзу можна дістатися електричкою або по шосе Томей до міста Камакура і далі – до Одавара. Найбільш визначні місця тут - місто Атамі (назва перекладається як тепле море). Атамі здавна відомий своїми теплими джерелами, вода яких, стікаючи в затоку Сагамі, "гріє" море. Десятки комфортабельних готелів і пансіонатів прикрашають нині міський пейзаж, що

сотні років надихав художників. Символ курортного містечка - гарячий гейзер, що б'є з-під землі в сквері перед міським вокзалом.

У глибині півострова, можна познайомитися з давніми храмами, каскадами водоспадів. Найбільш цікавим місцем є курортно-рекреаційний комплекс Хаконе. Це місто, що виросло на древньому тракті Токайдо, нині є офіційним центром Національного парку. Хаконе відомий своїм музеєм під відкритим небом (Chokoku-no Mori hatsubutsukan), де зібрані здобутки великих скульпторів Заходу і Сходу.

З кожного куточка півострова Ідзу, удалечині можна побачити конус Фудзі (японці називають її Фудзі-сан). Цей сплячий вулкан вважається символом Японії, зразком природної краси, що надихає тисячі іменитих поетів і художників. При бажанні знаменитий конус можна вважати і знаком, який попереджає місцевих жителів і туристів про плинність всього земного. Півострів Ідзу і підступи до Фудзі вважаються однією із самих сейсмонезбезпечних зон у країні. Підземні поштовхи тут реєструються щодня, але, на щастя, помітити їх у більшості випадків можуть лише спеціальні прилади. Але не раз бувало і так, що підземна стихія, що розбушувалася, відбивала в японців бажання проводити тут свої літні відпустки. Тоді власники місцевих готелів, пансіонатів, ресторанів, розважальних парків зазнавали чималих збитків. Але згодом через місяць-інший пам'ять про стихійні лиха йшла в минуле, і японці родинами або гучними компаніями знову прямували до берегів Ідзу. Мабуть, самою вишуканою розвагою для відвідувачів Національного парку Фудзі-Хаконе-Ідзу вважається підйом на найвищу точку Японії. Гора Фудзі (3776 метрів), доступна для сходження лише два місяці на рік - з 1 липня по 31 серпня. В ці дні на можливість відвідати круту гору наодинці розраховувати не доводиться. До вершини доводиться йти в щільній юрбі японців і іноземців. Щодня на штурм Фудзі виходять десятки тисяч людей.

Весь підйом розділений на ділянки, позначені станціями, обладнаними місцями відпочинку, туалетами, ларьками з їжею і напоями. Звичайно підйом починають з 5-ї станції, куди можна дістатися на таксі або автобусом. У залежності від фізичного стану альпініста підйом може зайняти від 5 до 7 годин, а спуск униз - від 2 до 3 годин. Потрібно відзначити, що прекрасні лінії вулкану, здаєку вражають своєю красою і швидкозмінними в залежності від часу дня і погоди відтінками кольору, можуть трохи розчарувати поблизу. Сірі від вулканічного попелу, вкриті рослинністю підніжжя гори до висоти в 2,5 км. Вище лише голі схили та сніги. На вершині Фудзі розташований кратер діаметром близько 800 метрів. Відомо, що Фудзі-сан виглядає як простий вулканічний конус, а насправді це сполучення трьох окремих вулканів - Коматаке, До Фудзі і Сін Фудзі. Просто базальтова лава, що вихлюпував протягом століть Сін Фудзі, сховала кратери двох більш древніх вулканів. Останнє виверження відбулося в 1707 р.

Знайомство з Фудзі можна обмежити поїздкою навколо її підніжжя. На північній стороні вулкана туристів зустрінуть п'ять озер Фудзі (Фудзі -гоко). Колись лава перекрыла ущелини, по яких збігали вниз гірські струмки, і утворилися озера. Найглибше з них - Мотосу (122 м), найбільше по площі водної о дзеркала - Яманака (6,4 кв. км). З півдня прекрасні види на Фудзі

відкриваються з оглядових майданчиків національного парку Хаконе. Від Одавара сюди можна піднятися електричкою, яка торує круті серпантини, далі – фунікулером до оглядових майданчиків на вулканах Комаеґтаке або Гора, а потім спуститися до озера Асіноко канатними дорогами. Тут, на оглядових майданчиках вулканів та біля гейзерів теж десятки тисяч туристів, але в чистих снігах на схилах і однієї і другої гори (автор був в Хаконе в лютому) – жодного сліду людини.

Отже, інфраструктура національних парків Японії розроблена з урахуванням науково-технічного прогресу, природно-ландшафтних особливостей території. Тут створені різно-температурні басейни, можливі купання в струменях водоспаду, прогрівання в лікувальних грязях, відпочинок на пісчаних масивах та інш.

УДК 911.3

Матвієнко В.М., Матвієнко Н.М.

ЕТНОГРАФІЧНІ РЕСУРСИ ТУРЕЧЧИНИ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розглянуто особливості етнографічних ресурсів Туреччини як важливої складової туристсько-рекреаційного потенціалу.

Features of ethnographic resources of Turkey as by the important component of tourist-recreational potential are considered.

Постановка проблеми. Туреччина сьогодні дедалі впевненіше здобуває репутацію першокласної туристичної країни. Наявність унікальних туристичних ресурсів на території країни дають можливість виходу на туристичний ринок з привабливими туристичними пропозиціями та відкривають широкі перспективи для розвитку туристичного бізнесу в майбутньому.

Метою даної статті є розглянути особливості етнографічних ресурсів Туреччини, які відіграють непересічне значення у формуванні мотиваційної привабливості багатьох туристичних турів.

Виклад основного матеріалу. Коли, відносно недавно, Туреччина вийшла на арену туризму, її представники головним чином могли запропонувати тільки традиційну гостинність. І хоча сьогодні в Туреччині виникла чудова туристична інфраструктура, для більшості турків, які мають до неї відношення, головною мотивацією залишаються щирість та ввічливість. Разом з тим, прагнення турків викликати розуміння та бажання встановити з гостями хороші відносини, контакти, дізнатись більше про людей з різних країн та бути з ними на рівних в якості громадян світу, виявляються ще більш важливим стимулом. Саме під цим кутом зору потрібно сприймати той ентузіазм, з яким місцеві жителі спілкуються з приїжджими. Турки дуже шанобливо ставляться до людей, які знають їхні традиції, а особливо до тих, хто може сказати декілька фраз турецькою мовою. Такій людині вони готові зробити будь-яку послугу. Як будь-який східний народ, вони не люблять квапитися, не дуже пунктуальні, не починають розмову (навіть ділову) без загальних вступних фраз. Турецький народ відомий своєю винахідливістю, кмітливістю та вмінням пристосовуватись до самих різних обставин. Як

етнічна спільність сучасного типу він почав формуватися в 20-ті роки XX ст., коли виникла Турецька Республіка. Турецька революція, яка відбулася в кінці Першої світової війни, відкрила дорогу корінним перебудовам в соціальному житті та сфері управління. Їх ініціатором був Кемаль-Ататюрк, вождь революції та перший президент Турецької Республіки. Серед найважливіших реформ того часу слід назвати відокремлення релігії від держави та юридичне забезпечення демократичних прав та обов'язків громадян. Одним з безумовних досягнень реформаторів стало надання широких прав жінкам в новому соціальному устрої. Жінка завжди була в Туреччині втіленням материнства та основою сім'ї. Але в результаті реформ Ататюрка жінка почала виконувати значну роль в соціальному, політичному та економічному житті країни. Однак в сімейному побуті турків нові віяння поєднуються з традиціями патріархально-феодалного побуту. Ще в 20-х рр. XX ст. в країні було відмінено багатошлюбність і введено обов'язкове громадянське оформлення шлюбу. Проте і сьогодні є випадки багатоженства. Не зважаючи на норми громадянського законодавства, якими встановлено шлюбний вік для юнаків 18 років, а для дівчат – 17 років, укладаються шлюби між неповнолітніми: 15-16 та 13-15 років відповідно. У виборі нареченої активну участь бере мати нареченого, а сватання відбувається тільки за згодою батьків.

Переважає більшість населення сповідує іслам, тому релігійні норми й правила впливають практично на всі сфери життя. 5 разів на день у певний час відбуваються молитви (намаз), настання цього часу оголошується з мінаретів мечетей. Перед входом у мечеть проводиться ритуальне обмивання обличчя, рук та ніг, на порозі обов'язково знімається взуття. Мечеті відкриті майже завжди, тому туристи можуть оглядати їх у будь-який час. Але краще не робити цього під час молитви та в п'ятницю (священний день), особливо зранку. Забороняється входити в мечеть у неакуратному одязі, шортах, міні-спідницях, майках. Жінка обов'язково повинна бути в спідниці та з покритою головою. Перебуваючи в храмі, необхідно дотримуватись тиші.

У Туреччині, як і в інших країнах з древньою культурою, античні методи будівництва будинків та принципи планування населених пунктів добре збереглися і до цього часу, ставши невід'ємною частиною місцевої культури. Величні акведуки, збудовані ще римлянами, сприяли розвитку анатолійських міст. Мости, збудовані Синаном та іншими архітекторами Оттоманської імперії, часті супутники турецького пейзажу, як і раніше використовуються за призначенням. Караван-сараї, які виникли ще в XI ст. в епоху сельджуків, протягом тривалого часу пропонували відпочинок мандрівникам. Їх будували через кожні 30-40 кілометрів уздовж торгових шляхів, бо саме таку відстань могли подолати за день коні та верблюди, що везли товар. Турки жартують, що саме в караван-сараях було започатковано систему „все включено”, яку сьогодні з успіхом пропонують чи не всі готелі Туреччини. Навіть сьогодні ви можете зупинитись в такому караван-сараї. Найбільший у Туреччині караван-сарай „Султан-хан”, зведений у XIII столітті, знаходиться на під'їзді до містечка Аксарай.

Типи сільських жител Туреччини відрізняються за географічними зонами. На лісистому північному узбережжі будують будинки з дерева, у

гірських безлісних районах - з необробленого каменю. На півдні кочівники віддавали перевагу легкому житлу з чагарників та очерету. В турецьких селах, особливо в Центральній Анатолії, переважають будівлі із саманної цегли, або глини – найпоширенішого та дешевого матеріалу.

Типове турецьке село розміщується навколо головної площі з мечеттю, школою, магазином та кав'ярнею. Остання є осередком чоловічого життя, де вони обмінюються новинами та грають у нарди. Жінки, за традицією, збираються біля фонтану або у внутрішніх двориках, і навіть під час свят, релігійних або сімейних, розважаються окремо від чоловіків. Навіть серед міської еліти під час прийомів, гості можуть сидіти в одній кімнаті, але в той же час жінки розмовляють з жінками, а чоловіки, відповідно, з чоловіками.

У суспільному побуті також ще помітні залишки східного середньовіччя. Найжвавішим місцем в місті чи великому селищі є базар з прилеглими до нього вулицями, де зазвичай зосереджені ремісничі квартали. Тут продукція безпосередньо виробляється і продається.

Майже в кожному селі Туреччини можна знайти хамам (турецька лазня). У столиці Туреччини ⁰⁹_{1F} Анкарі, їх біля ста. Найвідоміший хамам — Джагалоглу Хамами, у якій, за твердженнями господарів, милися англійський король Едуард, кайзер Вільгельм, Ференц Ліст. У місті Бурса розташовуються так звані Старі Лазні, які вважаються найкрасивішими лазнями у Туреччині. Внутрішнє оздоб⁰⁹_{1F}лен⁰⁹_{1F}ня турецьких лазень завжди було розкішним, адже пророк Мухамед оголосив похід у лазню обов'язковим, відзначивши, що «Чистота — половина віри». Так турець⁰⁹_{1F}кі лазні одержали масове поширення. Згодом у Туреччині розвинулася особлива філософія «хамам», з якою були пов'язані особливі традиції й ритуали. Турецька лазня завжди вважалася на Сході джерелом істинної насолоди. Основною відмінною рисою цього типу лазень є особливий температурний режим. Вона не така жарка, як звичайна лазня або сауна (температура в діапазоні від 30 до 55 градусів), ідеально підходить для людей, які не люблять, або не переносять високі температури. Це також забезпечує турецькій лазні популярність серед жінок. Жіночі лазні в Туреччині завжди будуються поруч із чоловічими. У випадку, коли засобів у місцевої громади або забудовника, виражаючись сучасною мовою, на будівництво окремої лазні не вистачало, лазня будувалася одна. Для жінок виділявся окремий день. Для турецьких жінок відвідування лазні є окремим ритуалом, частиною громадського життя, місцем, де можна обговорити справи, поділитися новинами, попліткувати. Кожен турок раз у тиждень зобов'язаний відпустити свою дружину в лазню. Жінки завжди збиралися в хамам як на свято: наряджалися в гарний одяг, брали з собою солодоші.

Любителі старовини отримають велике задоволення, відвідавши села в районі Бурси. Так, село Кумаликизик практично не змінило свого вигляду з XIII ст. Тут можна ознайомитися з прообразом типового турецького будинку з його віконними ставнями, господарськими приміщеннями внутрішнього дворику та особливим розміщенням кімнат на другому поверсі.

Традиційний турецький одяг частково зберігся лише в селах. Міське населення носить одяг загальноєвропейського типу. Відомий національний колорит до одягу городянок додають лише шалі. Цікаво, що головні

компоненти традиційного чоловічого та жіночого одягу турків співпадають. Він складається з шаровар, сорочки, жилета, пояса та головного убору. Чоловічий традиційний одяг зберігся у турків меншою мірою, ніж жіночий. З жіночих прикрас розповсюджені намиста з коралів та старовинних монет, браслети, сережки, каблучки. Дівчата носять налобні пов'язки, обшиті золотими монетами.

Організацією «ХАГЕМ», що має важливе значення в турецькій культурі, в результаті проведених досліджень стилю одягу у двадцятьох п'ятьох областях країни, був створений каталог народних вбрань, де зібрано зразки одягу, оригінальні деталі вбрань, викрійки тощо [4].

Вишукана турецька кухня бере початок у султанських палацах Османської імперії, де створювали свої рецепти кулінари найвищого класу. Але турецький стіл немислимий і без споконвічних селянських блюд Анатолії. Обидва напрямки згідні з тим, що, яким би складним не був рецепт страви, у ньому повинен відчуватися аромат основних продуктів, який не слід перебивати приправами. Зелень і прянощі використовуються тут дуже ощадливо. Основна пряність турецької кухні - червоний перець. Його стручки розтирають у ступці і змішують з рослинною олією.

Основу харчування для більшості населення, особливо для селян, складають хліб та вироби із борошна та зерна, молокопродукти та овочі. Тут, на батьківщині пшениці, ніщо не може зрівнятися зі смаком свіжовипеченого хліба. До нього тут ставляться з великою шаную. Викидати хліб не можна - це вважається великим гріхом. Блюзнірством вважається навіть впустити шматочок хліба. У цьому випадку його потрібно підняти, поцілувати й прикласти до ока.

Особливе місце надається першим блюдам. Суп завжди подається на початку трапези, причому, не тільки на обід, але й на сніданок, і на вечерю.

Серед жителів узбереж популярною є риба. Що стосується м'яса, то найбільш вживаними є баранина та м'ясо домашньої птиці. Свинину турки, як і інші мусульмани, не споживають. Відомою стравою національної турецької кухні є плов, який окрім сніданку, їдять в будь-яку годину дня. У Туреччині плов готується не тільки з рису - є також пшеничний, гороховий і вермишелевий плов. Часто його приправляють цибулею, помідорами, фісташками, ізюмом, сухофруктами, зеленню, а також м'ясом та куркою. До числа улюблених страв з м'яса належать також шашлик та люля-кебаб. Поширена страва – пача, дещо схожа на холодець. Влітку турецькі господині готують долму – фаршировані кабачки та помідори. Символом турецької кухні цілком міг би стати баклажан. Говорять, є тисяча й один спосіб приготування цього „м'яса для бідняків”. Йогурт, що рятує людину від шкідливих мікробів, цінувався ще тюркськими кочівниками. Сьогодні йогурт з'являється на столі як начинка в пирогах, у вигляді супу, у соусах, як освіжаючий напій айран - без нього в Туреччині не обходиться, мабуть, жодна трапеза. Турецькі солодощі це взагалі окрема розмова. Тут навіть існує свято Шекер-байрам (свято насолод), у ці дні гостей щедро пригощають лукумом, мигдалем у цукрі, шербетом, печивом, пахлавою та іншою смакотою. Найпоширеніші десерти – молочний кисіль на рисовому борошні, кешкюль із мигдалем і кокосовим горіхом, айвовий пудинг, фарширований персик.

Фірмовою стравою турків, що надзвичайно популярна серед туристів є суміш різноманітних горіхів, виноградного соку та меду. Кажуть, три ложечки цього продукту значно підвищують чоловічу силу.

Вважається, що кава та кав'ярня – частина великого внеску Туреччини в концепцію життєвого комфорту. Одним з улюблених напоїв туристів також є боза – ситний корисний для здоров'я продукт. Виготовлений на основі заквашеного просяного тіста з додаванням кориці та інших пряностей, густий і мутний, він споживається охолодженим і не містить алкоголю. Тому його п'ють як чоловіки, так і жінки. У літню спеку великий келих холодного боза з його вираженим кисло-солодким смаком відмінно втамовує спрагу. З напоїв також вживають айран, фруктові шербети, каву, чай та алкогольні напої.

Запрошення гостя на обід до дому означає особливу повагу до нього, тому відхилити запрошення вважається вкрай неввічливо. Господиня пропонує добавки декілька разів, причому все наполегливіше. Зазвичай гість після декількох відмов відповідає згодою. У Туреччині їдять не тільки, щоб насититися. Обіди проходять неспішно та неквапливо, у смакуванні смачних домашніх страв. „Вибирай друга за смаком страв, що йому подобаються”, — говорить турецьке прислів'я. Гості, ідучи на званий обід, можуть приносити квіти та солодощі. Улюбленою темою для обговорення турків є політика, а от теми держави, прапору, армії та релігії потребують особливої делікатності.

Значна частина населення Туреччини дотримується мусульманського місячного посту рамазан, більшість відзначає свято жертвопринесення (курбан-байрам) та свято шекер-байрам, яке знаменує закінчення рамазану. Особливим святом відмічається народження сина (оглан халваси). Не стерлись і залишки деяких домусульманських вірувань. Особливо поширена віра в священну силу вогню та очищаючу силу води, а також поширені різні амулети від хвороб та пристріту.

Дуже багатим є турецький фольклор. Старовинні звичаї та танці, ручне ткацтво, ляльковий та драматичний театр в його первинному вигляді збереглися в турецьких селах. Піснями часто супроводжуються національні танці та ігри. У кожному регіоні Туреччини, а іноді навіть в окремих селах, є свої старовинні танці (всього їх нараховують більш як півтори тисячі). Народні танці і сьогодні відіграють важливу роль у житті провінції. Особливого поширення набули танець хорон, танець із шаблями та щитом, а також дуже відомий сьогодні танець живота. Розвинене також мистецтво імітації (меддахлик). Вистава, все видовище якої – сцена, декорації та костюми – уособлені в одному акторі. Відомий, також, турецький народний вуличний театр та народний театр тіней. Ігри є як кімнатні, так і масові, які супроводжують весілля та інші свята. У Туреччині обожнюють футбол. Багато старовинних ігор набули в сучасній Туреччині спортивного характеру - стрільба з лука, боротьба силачів, перегони на конях, джиріт, охота, бої биків та верблюдів.

З метою збереження культурного надбання організуються національні й міжнародні фестивалі. Ці фестивалі можна розділити на дві категорії: фестивалі, де головною метою є реклама якої-небудь сільськогосподарської продукції (фестиваль у місті Малатья, який проводиться в період дозрівання абрикосів), і фестивалі, які проводяться не з економічною, а культурною

метою (Міжнародний фестиваль, присвячений Хаджі Бекташ Велі, свята, що влаштовують на честь Абдал Муси й свята, що носять назву Кадига). У чорноморському регіоні країни щороку дуже пишно проводяться свята «Шават Сахра Панджари Шенлігі».

Традиційна турецька ручна творчість, злившись із культурною спадщиною різних цивілізацій, що існували на території Анатолії зі споконвіків, створила багату творчу мозаїку. Одним із найдревніших та найпоширеніших зразків традиційної ручної творчості в Анатолії є ткацтво. У багатьох регіонах країни й сьогодні воно є основним джерелом доходу. У Туреччині розвинені також традиційні ручні ремесла: виготовлення килимів (найпопулярніший турецький сувенір) і циновок, тканин, повсті, фаянсу, виготовлення кераміки, шиття мережив, обробка шкіри, виготовлення музичних інструментів, обробка каменів, міді, дерева, різних металів; плетіння кошиків, мистецтво сідельника, гірнича справа, вироби з повсті, виготовлення візків.

Цікавими з точки зору національного колориту є міста Чанаккале, Амасія, Сафранболу, Токат, Невшехір, Діярбакир, Шанли Урфа, Мардін та інші.

Висновки. Унікальні етнографічні особливості території Туреччини є важливою складовою її туристсько-рекреаційних ресурсів. Вдале використання останніх в поєднанні зі створенням потужної національної індустрії туризму дали Туреччині змогу стрімко увійти в число чільних об'єктів паломництва мандрівників та відпочивальників з усього світу та здобути репутацію першокласної туристичної країни.

1. Турция // В кн. Под ред. И.А. Дементьева и др. Страны и народы. науч.-попул. геогр.-этногр. изд. в 20-ти т. Зарубежная Азия. Общий Обзор. Юго-Западная Азия. – М.: Мысль, 1979. – С. 150-188. 2. Туристичне країнознавство: країни-лідери туризму. Навчальний посібник /За ред. проф. О.О. Любіцевої. – К.: Альтерпрес, 2008. – 436 с. 3. <http://www.turciya.turne.com.ua/resort>. 4. <http://www.kultur.gov.tr/RU>.

УДК 911.3

Залещик В.В.

ВІДПОЧИНОК, РЕКРЕАЦІЯ, ТУРИЗМ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Розглядаються актуальні питання розвитку відпочинку, рекреації та туризму на прикладі зарубіжного досвіду.

Actual questions of leisure, recreation and tourism on international experience are considered.

Розвиток суспільства породив необхідність відпочинку, адже він служить для відновлення життєвих сил людини та покращення працездатності. Саме наявність рекреаційних потреб зумовили виникнення різноманітних наукових дисциплін, які розглядають це питання. Різноманітні географічні підходи можуть бути використані при вивченні діяльності, яка пов'язана з відпочинком, а саме суспільної географії, економічної, соціальної, культурної.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показує, що питаннями відпочинку, туризму та рекреації займалися такі зарубіжні вчені як Shaffer, Clawson, Knetsch, Cribier, Leimgruber, Held, Stoddart, Ruppert, Maier, Heller та інші. Зокрема цей досвід можна використати для організації та планування розвитку туризму, рекреації на території нашої країни, що й зумовило вибір теми статті.

Метою статті є аналіз питань відпочинку, туризму та рекреації опираючись на зарубіжний досвід та можливість його застосування.

Виклад основного матеріалу. Зростаюча важливість відпочинку дала поштовх розвитку інтересу до різноманітних наукових дисциплін, які розглядають це питання. Починаючи з 1930 рр. географи виділяли щонайменше один аспект відпочинку, а саме туризм, як достатньо поширений. While Gruntal та Roser визнавали туризм, як один із головних аспектів рекреаційної діяльності. Інші географи визнали його, як частину економічної та транспортної географії [4, с. 5].

Після Другої Світової Війни географи усвідомили, що туризм лише один із аспектів концепції, яка була сконцентрована на терміні відпочинок. Війна призупинила розвиток цієї концепції та різноманітні аспекти відпочинку були усвідомлені після 1950 рр. В 1962 р. Burley звернув увагу на час відпочинку, який включав щорічні та суспільні свята та вихідні дні [1, с. 55]. Після цього географія відпочинку стала однією з найбільш швидко зростаючих галузей суспільної географії.

До діяльності, яка пов'язана з відпочинком застосовувались декілька підходів, а саме *економічної географії*, через важливість регіональної та національної економіки, регіонального розвитку та залежності від земельних ресурсів, розвитку індустрії відпочинку, яка пов'язана з туризмом. Ще один підхід *соціальної географії*, завдяки можливість поєднання вільного часу, грошей та руху та зростання з цього рівняння урбанізованої людини [4, с. 7]. Окрім прогресу в соціальній географії, були необхідні дисципліни, які пов'язані з проведенням відпочинку. Відпочинок став однією з головних функцій людського життя. Shaffer визначив п'ять головних потреб людини, а саме їжа, притулок, рекреація, рух та безпека. Цей перелік включав декілька головних функцій, які визначались як діяльність, а саме репродукція та проживання в групах, праця, освіта, рекреація, доходи та витрати, спілкування та інформація. Ще один підхід *культурної географії*, тобто діяльність, яка пов'язана з відпочинком є елементом в обміні культурним ландшафтом.

В наукових дослідженнях відпочинку було виділено два головних напрями, а саме один теоретичний, тобто відносно місця відпочинку в суспільстві, класифікації проблем та соціально-економічних наслідків. Інший більш практичний, присвячений проблемам постачання та попиту.

В англійській термінології вираження “рекреаційна географія” часто зустрічається з подібним французьким “географія рекреації”. Clawson та Knetsch визначали відпочинок, як спеціальний час, а рекреацію як діяльність, або бездіяльність в спеціальний час [3, с. 12]. Географія відпочинку має своїм завданням вивчення аспектів пов’язаних з відпочинком, забезпечення комфортності територій та зручностей відпочинку, витрат, соціально-економічної структури та процесів. На думку Cribier “географія рекреації” вивчає взаємовідносини між людиною та простором при взаємодії з розважальною діяльністю, а саме туризм, свято, прогулянка, гра та розвага [4, с. 9]. З іншої точки зору, а саме Scheuch розглядав відпочинок, як характеристику урбанізованого населення та зауважував, що для жителів міста відпочинок важливіший, аніж для сільського населення.

Модель відпочинку за Leimgruber налічує чотири зони відпочинку [4, с. 15], а саме дуже короткотермінового відпочинку, короткотермінового, середнього за тривалістю та довгострокового та залежність тієї чи іншої зони від відстані, яка використовується для відпочинку.

Перша зона дуже *короткотермінового* відпочинку, тобто коли урбанізоване населення може отримати коротку фізичну регенерацію. Ця зона лімітована трьома кілометрами, або двома годинами. Витрати на пересування незначні, мандрівка в цій зоні визначається генеративною функцією. Рекреація може бути отримана через прогулянки, пікніки, така ж як й при відвідуванні музеїв, театрів тощо. Така форма відпочинку може мати місце в будь-який час протягом тижня. Наступною зоною моделі відпочинку є *короткотерміновий* відпочинок, який включає одноденні поїздки, екскурсії на вихідні. Наступною зоною є *середній* за тривалістю відпочинок, який характеризується середньою віддаленістю від місця проживання та значною тривалістю часу відпочинку.

Довгостроковий відпочинок є останньою зоною моделі відпочинку. Це подорожування поза межами постійного місце проживання. Тут знаходе своє місце термін туризм. Подорож визначалась географами, як чотири або більше ночей поза місцем постійного проживання.

Виходячи з вищевказаного розподілу відпочинку Leimgruber виділяє три категорії людей, а саме *рекреант*, тобто та людина яка потребує релаксації та змін в короткий часовий проміжок та незначній території; *екскурсант*, тобто який потребує зміни оточуючого середовища, але лімітований в часі; *турист*, тобто той хто виїжджає за кордон, або щонайменше шукає зміни оточуючого середовища на території своєї країни, з використанням значного проміжку часу. Виходячи з вищевказаної термінології було виділено три зони, а саме рекреаційна, екскурсійна та туристична зони.

Кожний з цих типів територій для відпочинку розташовані в часово-територіальних зонах. За Clawson, Held та Stoddart короткотерміновий відпочинок (рекреація) орієнтований на споживача та задоволення його потреб в комфорті. Території для середньотермінового відпочинку (екскурсії) мають налічувати ресурсну базу та зручності. Довгостроковий відпочинок (туризм) орієнтований на ресурсну базу та значний часовий проміжок [2, с. 136]. Ruppert та Maier визначили наступні відносини між часом та місцем діяльності, яка пов’язана з відпочинком [4, с. 19]. В селі та місті відпочинок

складає декілька годин; на територіях, які не дуже віддалені від місця постійного проживання людини протягом вихідних; далеко від дому, можливо навіть за кордоном – протягом відпустки. Rodgers вказує, що на час та місце відпочинку впливають ще “індивідуальні особливості людей в життєвому колі” [6, с. 370]. Він виділяє такі групи відпочиваючих, а саме по-перше, молоді та одинокі, які мають унікальну комбінацію фізичних, часових та фінансових можливостей; по-друге, одружені, які дещо обмежені фізично, через можливу наявність дитини; по-третє, люди похилого віку.

Розглянемо більш детально питання туризму, адже функціонування його на певній території сприяє розвитку транспорту, комунікацій, засобів розміщення, додаткового сервісу тощо. Він важливий не лише як фактор обміну між різними культурами, але й є економічно вигідним завдяки збільшення інвестиційних надходжень. Планування туризму є необхідною складовою успішного розвитку території, яке повинно включати також аналіз на майбутнє. Існує багато ґрунтовних причин планування туризму. Одна з них відноситься до концепції, яка була запропонована Plog, а саме концепція життєвого циклу території для відпочинку [5, с. 285]. Це гіпотеза про те, що території переживають свій розвиток та занепад популярності, у зв’язку з тим, що з’являються завдяки необхідності “психогеографічних” груп на кожному етапі історичного розвитку.

Нові та екзотичні території підходять для “інноваторів” туризму, які шукають малолюдні та унікальні напрями відпочинку. Коли територія стає більш освоєною та відомою вона підходить більш для “середньо-центрованих” мандрівників. Потім у зв’язку з прогресом ця територія втрачає свою привабливість та підходить для “психоцентрованих” туристів, завдяки меншій кількості населення. Згідно цієї концепції психоцентрований рівень – фінальна частина в життєвому циклі території, в якому вона втратила привабливість як для ринку інноваторів так й для ринку середньоцентрованих туристів.

Одна з головних функцій планування туризму – надання можливостей, які дозволять упоратись зі змінами. Тобто територія має два вибори, а саме по-перше, реагувати на зміни після того, як вони трапляться та по-друге, розвивати метод, або план для покращення ситуації та вибору ліпшого курсу на майбутнє. Зокрема на Тибеті завдяки вдалому плануванню туристичної діяльності, а саме проведенню реформи, покращенню стану засобів розміщення, організації професійного персоналу з обслуговування туристів та транспортної забезпеченості, іноземним інвестиціям – все це дало можливість Тибету з маловідомого регіону стати одним з тих, що зробили туризм найбільш головною функцією забезпечення життєздатності економіки.

До 1978 р. нічого не було відомо про туризм на Тибеті. В 1980 році там був лише один готель, який міг розмістити менш 100 людей. Реформа та відкрита китайська поліція відчинили двері для резидентів та відвідувачів з-за кордону. В 1986 році було засновано Бюро Тибетського Автономного регіону [8, с. 178]. Було запропоновано адміністративну структуру, сервіс та професійні тренінги, а для туристів історичні та культурні місця регіону в поєднанні з туристичною інфраструктурою, засобами перевезення, туристичними гідами та іншим обслуговуючим персоналом. Значну

привабливість Тибету забезпечили рекламні продукти, такі як брошури та документальні телевізійні фільми. Також тибетські туристичні агенції почали приймати участь в туристичних виставках, які проходили в Guanhou, Kunming, а також багато агенцій були представлені за кордоном, а саме в Японії, Непалі, Сполучених Штатах. На сьогодні туристичні агенції пропонують інформацію для кожного з гостей, влаштовують групові тури з транспортним забезпеченням, розміщенням, гідом тощо. Їх головна ціль – впевнитись, що кожному туристу сподобалось перебування на Тибеті. Туристичні ресурси Тибету більш привабливі не для внутрішніх туристів, а для зовнішнього міжнародного ринку. Програма Розвитку Об'єднаних Націй двічі направляла представників для вивчення Тибету та після цього було вирішено інвестувати 240.000\$ в розвиток туризму [8, с. 180]. На сьогодні на Тибеті 83 готелі, деякі з них налічують 4500 кімнат. Дюжина туристичних агентств, які спеціалізуються на обслуговуванні іноземців, мають в своєму штаті гідів, які розмовляють англійською, французькою, німецькою, японською та іншими мовами. Туризм отримав найбільшу увагу серед інших галузей Тибету. У відповідності зі Світовою Туристичною Організацією та Державною Туристичною Адміністрацією вплив туризму на національну економіку виражається в валютних надходженнях, підвищенні рівня життя міського та сільського населення. Починаючи з 1990 по 1999 рр. загальний валютний дохід виріс з 1.5 % до 5.8 % та склав зростання з 41.000\$ до 2.9 мільйонів. В 2000 р. Тибет відвідало 530.000 внутрішніх та іноземних туристів [8, с. 180]. Все вищевказане доводить, що туризм на Тибеті став опорною галуззю в розвитку економіки.

Висновок. Таким чином можна зробити висновок, що зарубіжні науковці зробили значний внесок в розвиток рекреаційної географії, дали своє визначення поняттям відпочинку, рекреації та туризму. Їх досвід можна використати при вивченні аналогічних питань на території нашої країни. Слід додати, що на прикладі Тибету запропоновано вдалу схему організації туристичної діяльності, яка може бути використана як для всієї держави, так й для окремих регіонів.

1. Burley T.M. A note on the geography of sport // The Professional Geographer. 1962. 2. Clawson, M., R. B. Held & C.H. Stoddart. Land for the future. 1960. - 570 p. 3. Clawson, M., & J. L Knetsch. Economics of outdoor recreation. 1966. – 328 p. 4. Leimgruber W. Leisure, recreation and tourism: a model of leisure activity. Societas Geographica Fennica. Helsinki. 1975. - 28 p. 5. Morrison A. The tourism system. Prentice-hall. Englewood Cliffs. New Jersey. 1985. - 457 p. 6. Recommendations on International Travel and Tourism. United Nations Conference on International Travel and Tourism. 1963. 7. Rodgers B. Leisure and recreation // Urban Studies. 1969. 8. Tibetan tourism. Series of Basic Information of Tibet of China. China International Press. 2003. – 187 p.

II. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ І ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК 911.3

Арїон О.В., Мотузенко О.О., Уліганець С.І., Галатенко І.Г.

ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПЕЧЕРСЬКОГО РАЙОНУ М. КИЄВА

В статті проаналізовано рекреаційні ресурси Печерського району м. Києва як основу рекреаційно-туристичної діяльності, визначено актуальні і перспективні напрями розвитку рекреації і туризму в межах адміністративного району з урахуванням проведення в м. Києві фіналу чемпіонату Європи 2012 року з футболу

In the article was considered about recreational resources of the Pecherskiy district of Kyiv as basis of recreational activity, also were analysed recreational and tourist activity of the Pecherskiy district of Kyiv, actual and perspective directions of development of recreation and tourism within the borders of administrative district, connecting these reserches with finale of championship of Europe of 2012 from football.

Постановка проблеми досліджень. Перехід української економіки до ринкових відносин викликав глибокі перетворення в сфері туризму. Скасування централізованої системи управління туризмом та державної фінансової підтримки розвитку регіональних туристських центрів призвів до порушення основ взаємодії різних регіонів у створенні і просуванні на споживчий ринок туристського продукту. Разом з тим, кожен регіон володіє значними туристськими ресурсами, унікальність та істотна привабливість яких створює передумови для формування внутрішньорегіонального і

міжрегіонального туристського продукту. Однак вирішення всіх питань, пов'язаних з відкриттям нових туристичних комплексів і збереженням вже існуючих, є досить складним процесом, який на жаль незабезпечений ні концептуально, ні стратегічно, ні програмно.

Задля ефективної організації рекреаційного господарства, обґрунтування критеріїв та принципів його ефективного функціонування та збалансованого розвитку, актуальним є вивчення туристсько-рекреаційного потенціалу території та його.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічну основу досліджень складають роботи географів та економіко-географів. Насамперед, теоретичні і методологічні розробки фахівців з рекреаційної географії, а саме В.С. Преображенського, Ю.А.Веденіна, М.С. Мироненка, І.Т. Твердохлебова, М.П. Крачила, О.О. Бейдика, П.О. Масляка; фізичної та економічної географії: Я.Б. Олійника, П.Г. Шищенко, О.Ю. Дмитрук, О.О. Любіцевої, В.П. Руденка, Д.В. Ніколаєнка, О.І. Шаблія, Н.В. Фоменка, Н.В.Цопа та інших. Зокрема, вивченням рекреаційного потенціалу території займалися Н.С. Мироненко, І.Т. Твердохлебов, П.Г. Шищенко, Д.В. Ніколаєнко, Н.В. Фоменко, Н.В. Цоп та інші.

В той же час, за виключенням аналізу умов формування і розвитку курортних міст, не було приділено окремої уваги дослідженням рекреаційного потенціалу урбанізованих територій, зокрема великих міст та їх адміністративних районів. В окремих випадках міста розглядаються як території зосередження об'єктів екскурсійної діяльності або об'єкти ділового туризму. Комплексний підхід до аналізу та оцінки рекреаційно-туристського потенціалу великих міст відсутній.

Формулювання цілей статті. На основі особливостей просторово-територіальної диференційованості, потенціалу розвитку та системності туристської структури території проаналізувати туристсько-рекреаційний потенціал Печерського району м. Києва як основу рекреаційної діяльності, визначити актуальні і перспективні напрями розвитку рекреації і туризму в межах адміністративного району з урахуванням проведення в м. Києві фіналу чемпіонату Європи 2012 року з футболу. Поставленні завдання вирішувались на основі комплексного методологічного підходу із застосуванням як загальнонаукових, так і спеціальних методів дослідження, а саме системного аналізу, історико-географічного та діалектичного методів, аналізу і синтезу, моніторингу, контент-аналізу, прогнозування, індуктивного та дедуктивного методів.

Виклад основного матеріалу. Поняття туристсько-рекреаційного потенціалу традиційно визначається через словоформи, які його утворюють, або як «сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території» [3]. Рекреаційний потенціал є функціональною основою рекреації і, певним чином, її складовою.

В більш вузькому розумінні рекреаційним потенціалом називають відношення між фактичною і гранично можливою чисельністю туристів, яке визначається виходячи з наявності рекреаційних ресурсів [1].

Печерський район – найменший за територією та населенням адміністративний район міста Києва, розташований у центральній частині столиці на правому березі Дніпра. Це один із найдавніших районів міста, його історія неподільно пов'язана власне з виникненням і розбудовою Києва. Зокрема, він охоплює такі історичні місцевості і урочища як Перевісище-Хрещатик, Липки, Києво-Печерськ, Угорське, Аскольдова могила, Берестове, Наводничі, Звіринець, Видубичі, Верхню Теличку, Саперну Слобідку, гори Лису, Чорну, Багринову, долини Клова і частково Либеді.

Як адміністративно-територіальна одиниця міста Печерськ згадується з 1917 р., спочатку як поліцейська частина, потім районна дума, пізніше партійно-територіальний, а з 1946 року адміністративний район. В сучасних межах існує з 2001 року. Межі проходять від Залізничного мосту через р.Дніпро по залізниці (вздовж Залізничного шосе) до перетину з бульв. Дружби народів, далі бульваром до Либідської площі, вулицями Велика Васильківська, Хрещатик (східна частина, за виключенням Бессарабського ринку, майдану Незалежності та Європейської площі), верхньою третиною Володимирського узвозу, по схилу до Паркової алеї і алеєю до Паркового пішохідного мосту. Зі сходу район обмежений р.Дніпро [6, 7].

Печерський район є центром адміністративно-політичного, економічного, наукового і культурного життя столиці України. Окрім промислових, наукових, учбових та культурних закладів, тут розташовані Адміністрація Президента України, Верховна Рада, Кабінет Міністрів та Національний банк України, Генеральна прокуратура, головні офіси багатьох українських банків та корпорацій.

Печерський район м. Києва має один з найбільших у місті історико-культурний потенціал: на його території розташовано 350 пам'яток історії, культури і архітектури багатьох історичних епох, в тому числі комплекс споруд Києво-Печерського національного історико-культурного заповідника, який внесений до Переліку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Також на території району знаходяться такі визначні історико-архітектурні пам'ятки як Видубицький монастир, Київська фортеця («Косий Капонір»), Маріїнський палац, Кловський палац, будинок архітектора Городецького («будинок з химерами»), споруди Кабінету Міністрів, Національного банку та інші.

В структурі рекреаційних ресурсів Печерського району слід зазначити і чисельні заклади культури серед яких: Національний палац культури «Україна», Національний будинок органної та камерної музики, Національна філармонія, Міжнародний центр культури і мистецтв («Жовтневий палац»), Центр культури і освіти Збройних Сил України (Центральний будинок офіцерів), Культурно-мистецький та музейний комплекс «Мистецький арсенал», Палац творчості дітей та юнацтва тощо. В районі нараховується 6 театрів, зокрема Національний академічний драматичний театр ім. І.Франка, Київський державний театр оперети, Київський державний театр юного глядача на Липках, Київський академічний театр ляльок, 8 кінотеатрів, є творчі майстерні, картинні галереї, будинки культури і клуби.

На особливу увагу заслуговують музеї, яких нараховується 13. Серед них Меморіальний комплекс «Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941 – 1945 рр.», Національний художній музей України, а також Музей

історичних коштовностей України, Державний музей книги і друкарства України, Державний музей українського народного декоративного мистецтва України, що знаходяться на території Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника, та інші. Встановлено й районне свято, яке відзначається раз на два роки [7].

Природна складова рекреаційних ресурсів Печерського району представлена парками і скверами. Загалом район за забезпеченістю зеленими зонами займає 3 місце серед інших районів Києва - попереду лише Голосіївський і Дніпровський райони. Площа озелених територій загального користування складає 360,33 га. Це означає, що забезпеченість зеленими зонами мешканця району становить 22,7 кв.м/чол. Це вище, ніж у середньому по Києву (16,5 кв.м/чол) [6]. В межах Печерського району налічується 8 центральних парків, з них – 5 парків–пам'яток садово-паркового мистецтва місцевого та загальнодержавного значення: Хрещатий, Міський сад, Маріїнський, Вічної Слави та Аскольдова могила; Печерський ландшафтний, Наводницький та Либидський (Дзержинського) є парками загального користування.

До парків культури і відпочинку в Печерському районі відносяться Маріїнський, Хрещатий і Міський парки - це великі рекреаційні зони, у яких більшу територію займають зелені насадження, прокладено алеї та доріжки, обладнано місця для відпочинку та розваг. Зокрема, в таких парках є дитячі майданчики та містечка атракціонів, естрадні майданчики чи зелені театри, спортивні майданчики, об'єкти громадського харчування. В цих парках проводяться культурні заходи – святкові концерти, конкурси, народні гуляння.

В цілому серед паркових насаджень переважають клен гостролистий, ясен звичайний, робінія звичайна. Є групи старих лип, тополі чорної і навіть дуби; частково збереглися в'яз та граб. Ці дерева мають досить високий ступінь фітонцидності, що створює сприятливий мікроклімат для оздоровлення відвідувачів парків. На місце дикої рослинності поступово приходять штучні насадження, серед яких чимало представників екзотичної флори: різні види тополі, клен Швелера і Друмонді, бархат Амурський, катальтис, платан, бундук канадський, глід, гінкго дволопатеве, оцтове дерево, сосна чорна і кримська, ялина звичайна і колюча блакитної форми, туя західна та інші [9].

Особливе місце, як осередок науково-просвітницької діяльності, в районі займає Національний ботанічний сад НАН України. Сад охоплює площу 129, 86 га. У його колекції - понад 10 тис. видів, форм і сортів рослин з усіх ботаніко-географічних регіонів світу. На території саду облаштовані експозиційні ділянки які відтворюють природну рослинність (типові пейзажі і навіть рельєф) окремих регіонів Євразії: “Ліси рівнинної частини України”, “Степи України”, “Українські Карпати”, “Крим”, “Кавказ”, “Середня Азія”, “Далекий Схід”, “Алтай та Західний Сибір”. Експозиції тропічних та субтропічних рослин, зокрема орхідей, бромелієвих, сукулентів тощо, представлені в Оранжерейному комплексі. Надзвичайною популярністю серед відвідувачів користуються у сезони цвітіння монокультурні колекції гіацинтів, тюльпанів, бузку, троянд, лілій, півонії, гладіолуса, жоржини, півників, хризантем, айстри тощо [11].

Туризм розглядається як складна соціально-економічна система, матеріально-речову базу якої становить інфраструктура туризму – сукупність підприємств, що забезпечують виконання основних послуг щодо переміщення (транспортні засоби); розміщення (готелі, пансіонати, турбази, кемпінги, мотелі та ін.); харчування (ресторани, бари та ін.); екскурсійного обслуговування (тур бюро); додаткових послуг: банківських, валютно-фінансових, спортивно-оздоровчих, побутових, торгівельних, культурно-розважальних, а також суміжних, що охоплюють бронювання квитків, комплекс інженерних споруд, які забезпечують функції туристського виробництва [2].

Однією з найважливіших галузей національної економіки і однією із основних складових функціонування туристської галузі є транспортна інфраструктура. Печерський район обмежований чи не найголовнішими «артеріями» міста – вулицями Хрещатик і Червоноармійською, а також південною гілкою залізниці, яка включає станції Київ-Московський, Видубичі, Ботанічна. Печерський район має виходи до головних мостів, які сполучають правий берег Дніпра з лівим: міст Патона, міст Метро, Залізничний міст, а також Парковий пішохідний міст, що веде до зони відпочинку Труханова острова.

Центральне положення району дає можливість дістатися в будь-який куточок міста в порівняно невеликий проміжок часу. Це зумовлено ще й тим, що територію Печерського району перетинають всі три гілки київського метрополітену з основними пересадочними станціями: Хрещатик - Майдан Незалежності, Палац Спорту - Площа Льва Толстого.

Готельне господарство Печерського району впродовж останніх двох років характеризується позитивною та сталою динамікою. В Печерському районі наразі функціонує 9 готелів, серед яких чотиризіркові «Дніпро», «Київ», «Київський», готельний комплекс «Національний», тризіркові «Салют», «Спорт», «Дружба», «Україна», готельний комплекс «Русь», та флотель «Фараон». Загальна місткість готельного фонду оцінюється понад 3 тис. місць. В зв'язку з проведенням в м. Києві фінальної частини чемпіонату Європи з футболу в 2012 році в Печерському районі планується побудувати 8 нових готелів і готельно-офісних центрів високого класу з урахуванням найновіших стандартів, а також реконструювати і переоснастити наявні готелі [7].

В районі працюють біля 400 об'єктів ресторанного господарства різного типу (ресторанів, кафе-барів, закладів швидкого харчування тощо), серед яких понад 50 ресторанів цінкових категорій бізнес, люкс та еліт [6,10].

Район має потужну матеріально-технічну базу для занять фізичною культурою та спортом: на території району знаходяться 2 стадіони міжнародного значення (НСК «Олімпійський» і стадіон «Динамо» ім. В.Лобановського), Палац Спорту, де проходять всі значні міжнародні і загальнодержавні спортивні події, льодовий каток «Крижинка», 17 спортивних шкіл, 12 плавальних басейнів та ін.

Туризм в цілому є галуззю економіки, що дозволяє при порівняно невеликих капіталовкладеннях забезпечити економічно рентабельне використання „місцевих ресурсів” – історико-культурної спадщини, традицій,

природи. Тому для Печерського району м. Києва правомірним є вибір туризму як пріоритетного напрямку розвитку народногосподарського комплексу.

Привабливість Печерського району як об'єкта туризму визначається наступними факторами: зосередження величезної історичної і культурної спадщини міста, що нерозривно пов'язана з історією і культурою як України, так і інших слов'янських народів; існування досить розвинутого готельно-туристичного комплексу; сформованість його як культурного центру міжнародного рівня для розвитку пізнавального та подієвого туризму, а саме: проведення міжнародних конгресів, симпозіумів, семінарів, виставок, ярмарків, фестивалів як бази розвитку ділового і конгресного туризму; зосередження визначних пам'яток православ'я (Києво-Печерська Лавра, Видубицький монастир та ін.) як передумова розвитку релігійного туризму; проведення міжнародних змагань з різних видів спорту (футбол, гімнастика тощо); розташування біля акваторії Дніпра як основа для розвитку яхтингу та поєднання подорожей туристів з річковими і морськими круїзами [6].

За останні три роки зафіксовані стабільні темпи зростання в'їзного туризму в Печерському районі м. Києва, що складає 14% щорічно (загальний показник по Україні за цей період складає 1,5% щорічно) [7]. У той же час, приріст туристських потоків міг би бути набагато вищим, що особливо важливо, оскільки в'їзний туризм є експортним напрямом в економіці міста.

Аналіз факторів стримування щодо розвитку туризму в районі показує, що вони подібні до загальноукраїнських і мають як зовнішній, так і внутрішній характер.

Причини зовнішнього характеру: економічна нестабільність в країні; недостатня підтримка туризму як галузі економіки (недосконалість державної нормативно-правової бази, відсутність належного фінансування програм тощо); негативна інформація щодо України в засобах масової інформації (злочинність, низький рівень розвитку інфраструктури та обслуговування тощо).

Причини внутрішнього характеру: недостатня координація діяльності галузей міського господарства, а також нерозвиненість внутрішньогалузевих зв'язків в умовах стихійної ринкової економіки; відсутність необхідної законодавчої бази і, як наслідок, відсутність гнучкої системи стимулювання (в тому числі, відсутність податкових пільг); недостатня кількість засобів розміщення різних категорій; крайня обмеженість рекламних заходів щодо просування туристичного продукту району [4].

Сприяти розвитку туристського потенціалу Києва та його адміністративних районів покликане прийняття Програми розвитку туризму в м. Києві до 2020 року [8].

Аналіз процесів у сфері туризму дозволив розробити два варіанти прогнозу перспективного туристського попиту: відповідно до тенденцій туристської діяльності, що склались, та з урахуванням змін, які очікуються в структурі рекреаційних потреб. Збільшення туристського потоку, що прогнозується, за двома варіантами складе до 2020 р. відповідно 120 та 175% відносно до рівня 1990 року [5].

З метою збільшення різноманітності видів туристської діяльності, ефективного використання історико-культурних і природних ресурсів,

удосконалення мережі торговельно-побутового та рекреаційного обслуговування мають бути визначені межі туристських зон. У межі туристських зон включаються ділянки туристських закладів, території пам'ятників історії та культури, їх охоронні зони, зони регулювання забудови, ландшафту, що охороняється, та археологічного культурного шару. Прикладом такої зони можуть бути парки на схилі Дніпра в Печерському районі, які тягнуться вузькою смугою вздовж берега і мають особливий природоохоронний статус.

Найбільш рентабельною складовою районного турпродукту є екскурсія, тому важливе значення для збільшення потоків внутрішнього, іноземного туризму, валютних надходжень має активізація екскурсійної справи у Печерському районі. В даний час у Печерському районі м. Києва діє більше 30 тематичних екскурсійних маршрутів. Туристичними організаціями систематично розробляються нові та обновлюються діючі тематичні екскурсії різноманітної тематики.

Згідно Програми розвитку туризму до 2010 року основними завданнями розвитку екскурсійної справи в Печерському районі мають стати: розширення та вдосконалення тематики екскурсій для киян і гостей міста; розробка та затвердження Концепції екскурсійної діяльності; створення екскурсійних програм для різних категорій екскурсантів; організація екскурсійно-інформаційних пунктів у різних частинах району; визначення та створення місць паркування, стоянок і зупинок екскурсійного транспорту; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації екскурсоводів, їх атестація; координація діяльності та підтримка громадських об'єднань екскурсійних працівників; організація та проведення щорічних конкурсів на найкращу екскурсію[5].

З метою подальшого розвитку, забезпечення якісного екскурсійного обслуговування місцевого населення та туристів, підвищення рівня професійної майстерності екскурсоводів та гідів-перекладачів, створення безпечних умов при наданні екскурсійних послуг при Печерській районній державній адміністрації має бути створено екскурсійно-методичний центр, при якому діятимуть методична рада, атестаційна комісія, методичний кабінет, методична секція.

Зараз в Печерському районі існує ряд проблем і недоліків, які потребують комплексного підходу для негайного їх вирішення. Це: катастрофічне зменшення зелених зон, через те що ділянки під забудову формуються саме за рахунок зелених територій; забудова історичних місць району відбувається з неврахуванням архітектурних особливостей певної території, які склалися впродовж довгого історичного періоду; відсутність у структурі районної держадміністрації відділу з питань туризму, готельного господарства і курортів; необхідність посилити контроль за дотриманням санітарного стану вулиць та належного вигляду пам'яток історії та культури з метою створення екскурсійно-привабливого іміджу району для туристів; вирішити питання паркування туристсько-екскурсійного транспорту біля об'єктів екскурсійного показу Києво-Печерської Лаври та 6-ти музейних закладів, що функціонують поруч Лаври і біля готелю Дніпро; відсутність в районі туристсько-інформаційного центру.

Для подальшого розвитку туризму в Печерському районі м. Києва необхідно: внести відповідні пропозиції про доповнення і зміни до діючого законодавства з питань туризму та оподаткування; ввести пільгове оподаткування земельних ділянок, на яких розташовані підприємства туристсько-рекреаційного комплексу, що сприятиме розвитку його матеріальної бази, зменшенню вартості послуг та підвищенню конкурентоспроможності; виділяти цільові кошти для рекламно-інформаційних заходів для укріплення туристичного іміджу міста і району; створити державну госпрозрахункову організацію для надання послуг по бронюванню місць у готелях, виготовлення рекламно-інформаційних матеріалів про готельні можливості району тощо; збільшити кількість сучасних автобусів різної місткості для туристів; облаштувати інформаційними знаками місця безкоштовного автомобільного тимчасового паркування біля екскурсійних об'єктів; виготовити схеми місць для встановлення вказівників знаходження основних туристсько-екскурсійних об'єктів Києва для киян та гостей столиці; створити у структурі ГУ МВС України в м. Києві спеціальний підрозділ (туристичну муніципальну міліцію), який має забезпечувати безпеку туристів та здійснювати контроль за проведенням екскурсій особами, які не мають на це відповідного дозволу; організувати видання путівників, сувенірних альбомів, карт, схем, буклетів, плакатів, листівок, іншої друкованої продукції; здійснювати контроль за поселенням туристів, в тому числі і ділових, в приватних помешканнях, що не мають відповідного дозволу; створити декілька екскурсійних пунктів в центральній частині міста та біля ключових туристських об'єктів району [5].

Висновки. Отже, туристсько-рекреаційний потенціал Печерського району базується на потужній рекреаційно-ресурсній базі. На території Печерського району знаходиться 350 пам'яток історії, культури, мистецтва, архітектури, містобудування і археології багатьох історичних епох; розташовано 8 унікальних природно-ландшафтних парків загальною площею 147,5 га, в яких розміщено ряд визначних пам'ятників монументального мистецтва і які віднесено до пішохідно-екскурсійних маршрутів.

В районі функціонують біля 200 підприємств, установ і організацій різних форм власності, що надають туристичні послуги. Серед них: 13 музеїв, декілька художніх галерей, 6 театрів, 8 кінокомплексів, 6 концертно-мистецьких закладів, 10 закладів клубного типу, 9 готелів, понад 50 ресторанних закладів вищої категорії, два стадіони міжнародного рівня тощо. В районі нараховується 146 туристичних фірм з профілями як виїзного, так і в'їзного туризму.

Враховуючи наявний туристичний потенціал Києва, одним із основних напрямків розвитку туристичної діяльності протягом останніх років є орієнтація туристичного сектора столиці на розвиток ділового, культурно-пізнавального та рекреаційного видів туризму.

Пріоритетом діяльності у сфері розвитку туризму районна влада визначає: підвищення міжнародного іміджу Києва і Печерського району як центральної складової частини столиці, надання, в межах своєї компетенції, практичної допомоги в діяльності суб'єктам, що надають туристські послуги в районі та місті, сприяння створенню умов для реалізації підприємницького

потенціалу в сфері туризму. Велика увага приділяється розвитку внутрішнього туризму: відвідування шкільною і студентською молоддю та мешканцями району музейних закладів і об'єктів культурної спадщини м. Києва з метою ознайомлення з історією, культурою і мистецтвом України та зарубіжних країн. В районі організовано роботу по розвитку спортивно-оздоровчого туризму серед дітей та молоді району.

На сьогодні робота по покращенню стану туристичної інфраструктури в районі знаходиться на особливому контролі. В зв'язку з підготовкою до фінальних змагань з футболу «Євро-2012» районною владою напрацьований комплекс заходів, які включені до плану соціально-економічного розвитку району та будуть сприяти створенню позитивного іміджу Печерського району.

1. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. – М., 2000. 2. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії (на прикладі Карпатського регіону). – К., 2005. 3. Николаенко Д.В. Рекреационная география. - М., 2003. 4. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології. - К., 2005. 5. www.kmv.gov.ua – офіційний веб-портал Київської міської влади. 6. www.kreschatic.kiev.ua – газета «Хрещатик». 7. www.pechersk.kyiv-city.gov.ua – «Печерськ. Офіційні сторінки». Печерська районна у місті Києві державна адміністрація. 8. www.portal.rada.gov.ua - офіційний веб-сайт Верховної Ради України. 9. [//zelenbud.com](http://zelenbud.com) - КО«Київзеленбуд». 10. [//kievhotel.com.ua/info/restorant_petchersk.html](http://kievhotel.com.ua/info/restorant_petchersk.html) - «Український ОТЕЛЬ Сервіс». Каталог ресторанів Печерського району м.Києва. 11. www.nbg.kiev.ua/collections_expositions/ - Національний ботанічний сад ім.М.М.Гришка НАН України.

УДК 911.3

Сировець С.Ю.

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Проаналізовано основні положення рекреаційно-туристичної діяльності в системі сталого розвитку регіону. Досліджено систему вимірів сталого розвитку, яка може бути використана як основа при дослідженні рекреаційно-туристичної діяльності на регіональному рівні.

Basic positions of forming of steady development of tourism were analysed in region. System of sustainable development of recreation and tourism activity in region were analysed.

Постановка проблеми. Підходи до визначення сутності рекреаційно-туристичної діяльності в системі сталого (збалансованого) розвитку регіону полягають у формуванні такої діяльності суб'єктів сторін ринкових відносин, яка б за співвідношенням рівня та темпів розвитку була комплексно-пропорційна розвитку економічної, соціальної та екологічної сфер.

Наукові джерела та публікації. Дослідження сталого розвитку закладені працями відомих вчених, які займалися даною проблематикою: Б. Данилишин, П. Шищенко, Я. Олійник, С. Лісовський, А. Степаненко, О. Любіцева, О. Топчієв, В. Руденко, Л. Руденко, Д. Стеченко та ін.

Ступінь вивченості. Значний внесок в дослідження збалансованого розвитку, який є однією з актуальних проблем в сучасній географії, зробили вітчизняні та зарубіжні науковці. Водночас впровадження засад сталого розвитку туризму в Україні тільки починається. Існують міжнародні

нормативно-правові акти присвячені цим питанням, конвенції прийняті ООН та ВТО.

Мета статті полягає в формулюванні географічного підходу до рекреаційно-туристичної діяльності в системі сталого розвитку регіону на основі формування пропозиції регіонального туристичного продукту, підвищення його конкурентноздатності на ринку внутрішнього та міжнародного туризму при одночасному формуванні соціально відповідального та екологічно збалансованого розвитку туристичної діяльності в регіоні.

Актуальність дослідження. Рекреаційно-туристична діяльність в системі сталого розвитку регіону є важливим інструментом у вирішенні регіональних питань рекреаційно-туристичного розвитку, особливо в контексті Стратегії сталого розвитку туризму та курортів в Україні.

Основний виклад матеріалу. Розвиток туризму є важливим чинником забезпечення збалансованого розвитку регіонів України. Йдеться і про регіони, що мають значні ресурси рекреаційно-туристичного використання, і про регіони зі значною кількістю об'єктів культурно-історичної спадщини тощо. В ході здійснення трансформаційних процесів у країні туристична сфера має збільшувати свою частку у структурі економіки регіонів України та у національній економіці країни в цілому.

Сутність сталого розвитку туризму полягає у формуванні екологобезпечної діяльності, такої діяльності суб'єктів сторін ринкових відносин (споживач – виробник), яка б за співвідношенням рівня розвитку та темпів розвитку була комплексно-пропорційна розвитку економічної, соціальної та екологічної сфер. Стратегії і методи управління, що забезпечують збалансований розвиток туризму, можуть застосовуватись для всіх видів туризму у будь-яких туристичних дестанаціях, включаючи всі сегменти туристичного ринку.

Важливим є визначення основних напрямів рекреаційно-туристичної діяльності в системі сталого розвитку регіону, які передбачають наступний комплекс заходів: оцінка попередніх дій з управління розвитком туризму, оцінка стану рекреаційно-туристичних ресурсів та потенціалу, оцінку рівня їх використання, визначення реальних навантажень на рекреаційно-туристичні території (відповідно до рекомендованих Гранично Допустимих Норм) з метою визначення режимів природокористування, оцінка стану діяльності суб'єктів індустрії туризму, моніторинг стану туристсько-рекреаційних об'єктів та територій; розробка програм природо- та пам'яткоохоронної діяльності; розробка програм розвитку туристичної інфраструктури; підтримка місцевих ініціатив, громадських організацій та рухів в питаннях екологізації та соціалізації туризму.

Для оцінки рівня розвитку сталого розвитку регіону необхідні певні показники. Нижче наведено систему вимірів сталого розвитку, запропоновану Інститутом прикладного системного аналізу НАН України та МОНПС України, яка може бути використана і для моніторингу туризму.

Рівень сталого розвитку оцінюється за допомогою відповідного індексу Іср, що вираховується як сума індексів для трьох вимірів: економічного (Іекв), екологічного (Іев) та соціального (Ісв) з відповідними ваговими

коефіцієнтами. У свою чергу, кожен з індексів Іекв, Іев та Ісв обчислюватимемо з використанням відомих у міжнародній практиці індексів та індикаторів. Всі індикатори, що впливають на складові наведених індексів, як і самі ці індекси, вимірюються в різних одиницях і мають різні інтерпретації. Тому вони приводяться до нормованої форми таким чином, щоб їх зміни, як і зміни самих індексів, перебували в діапазоні від 0 до 1. У такому разі найгірші значення названих індикаторів відповідатимуть числовим значенням, близьким до 0, а найкращі – наблизатимуть ці значення до 1. Таке нормування дозволяє обчислювати кожен з індексів Іекв, Іев, Ісв та Іср у вигляді усередненої суми своїх складових з відповідними ваговими коефіцієнтами.

1. Індекс економічного виміру (Іекв) сформуємо з двох глобальних індексів: індексу конкурентоспроможного розвитку (Ік), розробленого організаторами Світового економічного форуму (World Economic Forum). Цей індекс щорічно обчислюється для 117 економік світу і публікується у формі «Глобального звіту про конкурентоспроможність». Індекс конкурентоспроможності формується з таких трьох індикаторів; індексу економічної свободи (Іес), який розроблений інтелектуальним центром фундації Heritage Foundation. Він щорічно друкується у Wall Street Journal. Індекс економічної свободи формується з таких десяти індикаторів.

2. Індекс екологічного виміру (Іев) оцінюється за допомогою відомого індексу ESI (Environmental Sustainability Index), вирахованого Центром з екологічного законодавства та політики Єльського університету (США. Індекс ESI сформований з 21 екологічного індикатора.

3. Індекс соціального виміру (Ісв) сформуємо шляхом усереднення трьох глобальних індексів: Індексу якості і безпеки життя (Ія), розробленого міжнародною організацією Economist Intelligence Unit. [38] Цей індекс формується з допомогою дев'яти індикаторів; Індексу людського розвитку (Ілр), що використовується програмою ООН United Nations Development Program. Він формується з допомогою таких трьох індикаторів; Індексу суспільства, заснованого на знаннях, або К-суспільства (Ікс), розробленого департаментом ООН з економічного і соціального розвитку – UNDESA. Цей індекс визначається трьома індикаторами.

Індекс сталого розвитку (Іср) вираховуватимемо за формулою:

$$Іср = 0.43 * Іекв + 0.37 * Іев + 0.33 * Ісв$$
, в якій використані масштабуючі коефіцієнти для забезпечення однакової ваги економічного, екологічного та соціального вимірів в індексі сталого розвитку

Висновки. Отже, Рекреаційно-туристична діяльність в системі сталого розвитку регіону встановлює загальні вектори розвитку екологічно спрямованого та соціально відповідального туризму в регіоні для ефективного економічного зростання як даної сфери діяльності, так і економіки регіону в цілому. Рекреаційно-туристична діяльність в системі сталого розвитку регіону виходить з пріоритетності ресурсів у визначенні особливостей природокористування, домінантності напрямів туризму, які користуються попитом на даному ринку туризму; формування «опорного туристсько-рекреаційного каркасу» країни, розбудови на його основі кластерів, оптимізованих за напрямками сталого розвитку, формування

регіонального туристичного продукту, оснований на даних напрямках та дестинаціях туризму і впровадження ефективної маркетингової стратегії з його просування на міжнародному та внутрішньому ринках; посилення інформаційної складової в рекреаційно-туристичній діяльності; забезпечення широкої участі громадськості у вирішенні місцевих питань туристсько-рекреаційного розвитку.

1. Лісовський С.А. Основи сталого (збалансованого) економічного, соціального, екологічного розвитку. Монографія. – Житомир: „Полісся”, – 2007. – 108 с. 2. Лісовський С.А., Суспільство і природа: баланс інтересів на теренах України. Монографія. - Житомир: „Полісся”, – 2009. – 300 с.

УДК 911.3

Іванов О.В.

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ЯХТИНГА В УКРАЇНІ

В статті викладено проблеми розвитку яхтинга в Україні та приклади створення яхт-клубів європейського стандарту.

The purpose of this article is to present the problems of development of yacht tourism in Ukraine and models of building the yacht clubs with European levels.

Актуальність проблеми. На сьогоднішній день яхтинг в Україні малорозвинений. Країна має безліч ресурсів для його розвитку, але законодавство на кожному шляху зупиняє яхтсменів з інших країн. Тому необхідно переглянути ситуацію, яка склалася навколо яхтинга, виявити недоліки та вирішити їх.

Виклад основного матеріалу. Яхтинг для України є перспективним напрямком туризму. Середземне море на сьогодні переповнене яхтсменами, які в пошуках нових вражень. Україна для них – екзотика, потрапити в державу не складно, використовуючи турецькі протоки. Так як і нашим яхтсменам нескладно вийти в інші моря, що омивають Європу. Крім мальовничого морського узбережжя, Україна для яхтсменів цікава і тим, що є можливість пройти через півкраїни по Дніпру. Можна спуститись по Дунаю, наприклад, із Німеччини, і вийти через українську частину дельти у Чорне море. Через Азовське море можна прямувати по Дону до Волги. Варіантів безліч.

Проблеми розвитку яхтинга в Україні:

1. Недостатня кількість інформації у нашій країні про ринки, де по-справжньому розвинений яхтинг, а також відсутність інформації на цих ринках про наші яхт-клуби, умови прийому яхтсменів.

2. Друга причина, що дуже стримує розвиток яхтинга – законодавство держави, особливо в тій частині, що стосується прикордонної служби. У всіх розвинених країнах прийнято, що перший пункт заходу яхти, якщо ти йдеш вздовж узбережжя країни, є й останнім. Більше ніде відмічатись не потрібно. В Україні таке апріорі неможливе, тому що будь-яке судно під іноземним прапором досі сприймається органами контролю як потенційно вороже. І кожен відхід із кожного пункту нашого узбережжя повинен супроводжуватись оформленням знову всіх документів. Для того, щоб іноземна яхта зайшла у наші внутрішні водні шляхи, необхідний ще окремий дозвіл Департаменту морського і річкового транспорту, для пошуку контрабанди, нелегалів, в той

час коли існує велика кількість більш надійних і апробованих засобів. Таким чином, внутрішні води України закриті для туристів, які хотіли б побувати в нашій державі. Сьогодні навіть українські досить забезпечені громадяни, купуючи дорогі яхти, реєструють їх під іноземним прапором, щоб не платити наші фантастичні митні збори. Отже, їм також необхідно запрошувати дозвіл для проходу у внутрішні шляхи.

3. Інфраструктура обслуговування яхтинга нерозвинена. Таких яхт-клубів, як в Одеському порту або у Балаклаві під Севастополем, в Україні 6. Побудувати нові клуби дуже складно, враховуючи постійний ріст цін на землю, особливо у зоні узбережжя. За цим показником Україна перегнала французьку Рив'єру. Сьогодні тільки відчайдушні ентузіасти можуть займатись у нашій країні розвитком яхт-клубів. Варто відмітити нещодавно створене і єдине державне підприємство яхтингового профілю – Чорноморський яхт-клуб в Одесі. У клубі було проведено поглиблюючі роботи дна, придбані нові плавпричали, закуплені яхти дитячого яхтингового спорту, прийняті на роботу тренери і т.д. Завдяки цьому яхт-клуб сьогодні виходить на зовсім новий рівень.

Необхідно зробити все можливе для залучення в Україну яхтених туристів й для розвитку внутрішнього яхтинга. Світова практика демонструє, що кожна яхта залишає гроші в тому місці, де вона стоїть, а це великі гроші. Законодавство України заважає залученню яхтсменів з усього світу в країну, щ в свою чергу перешкоджає надходженню грошей в бюджет.

Міністерство транспорту в 2006 р. приклало багато зусиль для того, щоб просунути постанову Кабінету Міністрів про спрощений порядок заходу яхт в територіальні води України. Але цей документ був зупинений державними прикордонною та митною службами.

Створювати та розвивати яхт-клуби в Україні дуже складно. Існує великий ризик інвестицій в даний сектор, що відлякує потенційних інвесторів. Маса проблем пов'язана з придбанням землі. Наприклад, державне підприємство «Чорноморський яхт-клуб», розташований в Одесі, був створений за наказом Міністерства транспорту та зв'язку наприкінці 2005 року шляхом виділення його із структури Одеського морського порту. Державному підприємству набагато простіше переоформити документи по використанню землі, а що стосується приватної особи – то все набагато складніше. Ситуацію погіршує стрімкий ріст ціни на землю в прибережній зоні.

Прикладом для створення яхт-клубів в Україні може слугувати підприємство «Чорноморський яхт-клуб», який поставив перед собою завдання – перетворити старий яхт-клуб в сучасну марину. Безумовно, без серйозних інвестицій не обійшлося. Був підписаний договір з іноземною компанією про співпрацю на 20 років за умови, що інвестор протягом 3 років вклав 50 мільйонів гривень на реконструкцію та розвиток вітрильного спорту. Було закуплено плавучі італійські мостики, які збільшили кількість місць для зупинки яхт від 120 до 300 одиниць. Відбулось будівництво елінгів, обладнуються місця зупинок. Було проведено каналізацію, підведено газ. Крім того, закуплено 35 яхт, 10 човнів, на яких провели вже кілька регат. Розроблено програму регат на цілий рік. Сьогодні клуб робить особливий

акцент на розвиток дитячого яхтинга. В «Чорноморському яхт-клубі» налагоджений учбовий процес та тренування юних яхтсменів.

Однак створення одного яхт-клубу європейського рівня не зможе змінити ситуацію в країні навколо яхтинга.

Серйозна проблема для залучення яхтсменів – досить обмежена кількість місць, куди можуть прямувати туристи на яхтах. Наприклад, у Греції, Туреччині майже в будь-якому напрямку в межах 100 миль яхтсмени можуть знайти марину, навіть декілька. В Україні ж відстань між поодинокими маринами величезна. Для нормального розвитку має працювати ціла мережа марин з супутньою інфраструктурою: ресторанами, кафе, тренувальними комплексами, тенісними кортами і т.д.

В Україні існує також «Морський клуб ТЦФ» - приватне підприємство, яке орендує приміщення в Одеському порту. Яхт-клуб поки що перший та єдиний в Україні, який відповідає європейським стандартам у відношенні яхт-клубів й забезпечує повни сервіс по обслуговуванню яхт, безпечну стоянку яхт на воді і в плані погодних умов, і в плані охорони, а також зимове збереження яхт (до 26 одиниць) в теплому закритому елінгу. В цьому елінгу можуть знаходитись яхти до 44 футів. Поки такого подібного приміщення в Україні немає. Взимку елінг забитий майже повністю, адже яхтсмени хочуть, щоб їх яхти отримувалися в комфортних умовах. Є також ще одне крите приміщення, але без опалення, де можна зберігати близько 10 яхт будь-якого розміру.

Але в цілому розвиток яхтинга в Україні потерпає від великої кількості безглузвих обмежень, які залишилися з часів «залізного занавесу». Наприклад, традиційно розпорядженням обласного управління відкривається й закривається навігаційний період. Цей документ майже не дозволяє виходити яхтам у море у зимово-осінній період. Хоча існують яхти необмежені ні в погодних умовах, ані в районі плавання.

Існують і більш серйозні проблеми. Для того, щоб вийти на яхті в море, необхідно оформити масу документів. Це судова роль, на яку ставиться дозвіл портнадзору. Також необхідно поставити печатку й у санітарних лікарів. Потім прикордонники обов'язково мають поставити печатку, мало того – капітан повинен надати їм документи тих, хто хоче вийти в море. Якщо яхта під іноземним прапором, то необхідна ще й відмітка митників.

Для того, щоб все це оформити, необхідний час. А якщо яхтсмени хочуть вийти ще в інший день у море, то вся ця процедура повторюється. Україна має перейняти приклад інших держав світу, в яких яхтинг розвинений дуже добре, й приносить прибуток до держбюджету. В Туреччині, наприклад, порядок наступний: якщо яхтсмен перетинає кордон – він оформлює документ, який називається транслог, заплативши при цьому 30 доларів (в країнах, де яхтинг більше розвинений – за це гроші зовсім не беруть). Потім прикордонники й митники на місці ставлять печатки, й вже з цим документом можна плавати де завгодно, та й скільки завгодно.

Яхтинг у всьому світові – бізнес з великим прибутком. Але цього не розуміють українські чиновники. В той же час зацікавленість в Україні велика. Для більшості європейців ця земля невідома. За оцінкою турецьких яхт-менеджерів, яхтинг приносить в державний бюджет чверть всіх доходів

від туризму.

Існує ще прибутковий бізнес – чартерний, коли місцеві компанії, які купили яхти, здають їх в оренду. Так, наприклад, в Греції тільки чартерний бізнес, який нараховує 4,5 тисячі яхт, приносить майже 2 мільярди доларів на рік. Але в Україні неможливий розвиток такого бізнесу через законодавство, в якому написано що на судні під українським прапором не може бути капітаном іноземець. А орендувати яхту з чужим екіпажем далеко не всім подобається.

Висновки. Отже, в Україні є всі можливості та ресурси для розвитку яхтинга. Але спочатку необхідно переглянути все законодавство, що стосується вітрильного спорту в країні, та переробити його за європейськими стандартами. Також необхідно створити сприятливі умови для інвестування в цей сектор туризму. Після того, як будуть зроблені всі необхідні кроки, яхтинг почне розвиватися стрімкими темпами, адже Україна – досить невідома для світових яхтсменів.

1. <http://www.skipper.kiev.ua> 2. <http://www.fairway.net.ua> 3. <http://www.yachting.mk.ua> 4. <http://www.ukryachting.net> 5. <http://www.stugna.kiev.ua>

УДК 911.3

Тертична Ю.В.

ЗАМКОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

Замковий туризм в Україні. У роботі розглянуто перспективи розвитку замкового туризму в Україні. Розглядається проблема збереження і відновлення замкових комплексів. Наводяться приклади успішного використання замків Європи в економічній діяльності. Розкриваються особливості розташування і використання. Наголошується на

перспективності цього виду туризму як для іноземців, так і для українських туристів.

The text deals with castle tourism in Ukraine. The problem of preservation, restoration and development of the palaces complexes are considered. Examples of successful use castles in Europe economic activity is stressed. Location and architecture attractions of Ukrainian castles for visitors are highlighted. The fact that castle tourism in Ukraine has become popular destination with tourists is focused.

Постановка проблеми. У багатій історико-архітектурній спадщині України визначне місце належить пам'яткам оборонної архітектури - фортецям, замкам, оборонним храмам, міським укріпленням. Упродовж багатьох століть роль оборонних споруд була провідною в системі розбудови міст і містечок. Без перебільшення можна сказати, що від рівня організації оборони залежала доля всіх поселень.

Споруди оборонного типу, або, як ми тепер їх називаємо, пам'ятки оборонного будівництва, зводили як для захисту від ворожих нападів, так і для оборони великих феодалів і магнатів від народного гніву і частих взаємних нападів феодалів-сусідів. Потреба в обороні краю з кожною наступною епохою видозмінювала архітектурну монументальність оборонних споруд країни. Завдяки цьому на місці давніх дерев'яно-земляних укріплень давньослов'янських градів з'являються кам'яні укріплення княжих резиденцій і палаців, а згодом - укріплені династичні замки і садиби господарів краю. [2,с.6]

Україна вкотре повертається до проблеми збереження своєї історико-фортифікаційної спадщини. Серйозність цієї проблеми визначається тим фактом, що замкова спадщина перебуває у вкрай занедбаному стані. Хоча наша держава має всі перспективи, щоб зайняти конкурентну позицію на високоприбутковому європейському ринку замкового туризму.

Зараз на державному обліку знаходяться 75 замків. Поряд з цим, не обстеженими й взятими під охорону держави залишаються ще близько 200 фортифікацій чи їх руїн. [2,с.3]

Доцільність розробки цієї теми очевидна – на міжнародному ринку туризму цей вид починає розвиватися з кожним роком все швидше. Але в Україні цей процес сповільнений.

Мета роботи полягає в тому, щоб на основі вивчення та аналізу потенціалу країни дослідити геопросторові особливості поширення і сучасний стан збереженості пам'яток фортифікаційного зодчества, розкрити їх історико-культурний потенціал.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання: оцінити сучасний стан замкового туризму в Україні; розкрити географічні особливості поширення і сучасний стан збереженості пам'яток фортифікаційного зодчества, розкрити їх історико-культурний потенціал; визначити перспективи подальшого розвитку.

Дослідження з обґрунтуванням. Замкові комплекси, що досліджуються, у зв'язку зі своєю історико-архітектурною цінністю, об'ємно-просторовою композицією беруть активну участь у формуванні силуету міських агломерацій. Здебільшого вони є домінантами забудови, композиційними центрами населених пунктів. Дослідження замкових і монастирських комплексів дало змогу встановити, що практично всі вони поєднані закономірними принципами розташування в населених пунктах. Замки

через своє початкове функціональне призначення здебільшого були побудовані на височині, оточені водою (ріки, озера, заливні луки), мали один або два під'їзні шляхи. Розвиток міст, зміна вигляду замків внаслідок війн, пожеж, реконструкцій, втрата ними оборонних функцій зумовили різноманітне їх розташування у міських агломераціях. На сучасному етапі розвитку міст замкові комплекси мають таке розташування: у системі населених пунктів – 29 %; на окраїнах населених пунктів – 33 %; за межами містобудівних утворень – 38 %. Споруджувалися в різний період і протягом багатьох століть різними майстрами і в різноманітних природних умовах. Саме це зумовило не тільки значну їх різноманітність, а й специфічні особливості розташування. [1, с.66] Залежно від початкової функції монастирі розташовувалися: в центральній частині забудови міст – 59 %; на окраїнах населених пунктів – 31 %; поблизу населених пунктів – 6 %; за межами населених пунктів – 4 %. Від ролі й місця старовинної споруди чи історико-архітектурного комплексу в системі існуючої забудови залежать не тільки історично-сформований вигляд та об'ємно-планувальна структура населеного пункту, а й функціональний зміст пам'яток, їх фізичне й моральне збереження. [1, с.66]

Дослідження замкових і монастирських комплексів України з точки зору їх взаємозв'язку з ландшафтом та забудовою виявили ряд містобудівних особливостей:

1. Замки (29 %) в системі населених пунктів: оточені історико-архітектурною забудовою, де функціонують музеї, заповідники та ін. (Луцьк, Острог, Ужгород, Жовква); відокремлені, оточені пізнішою рядовою забудовою й окремими пам'ятками архітектури (Володимир-Волинський, Дубно, Мукачеве, Золочів, Тернопіль, Заліжці, Збараж, Феодосія); розташовані на живописному ландшафті, беруть активну участь у формуванні архітектурного силуету населеного пункту (Бар, Алушта, Чернелиця, Довге, Кам'янець-Подільський, Старокостянтинів, Львів, Броди, Скалат, Тербовля, Долина); оточені рядовою забудовою (Чернелиця, Міжгір'я).

2. Замки (33 %) на окраїнах населених пунктів відокремлені і частково оточені історичною забудовою в поєднанні з живописним ландшафтом (Олика, Феодосія, Корець, Вишньоградів, Іванівці, Жванець, Сатанів, Бережани, Яблунівка, Кременець); відокремлені і частково оточені рядовою забудовою (Феодосія, Клевань, Ізяслав, Рихта, Поморяни, Висічка, Золотий Потік, Микулинці, Скала Подільська); живописний природний ландшафт бере активну участь у формуванні композиції і силуету пам'ятки архітектури (Озаринці, Галич, Невицьке, Меджибіж, Підзамочок, Чортків).

3. Замки (38 %) за межами населених пунктів: розташовані на живописному ландшафті по сусідству з населеним пунктом, мають зручний транспортний доступ (Балаклава, Білгород-Дністровський, Хотин, Новомалин, Пнів, Раковець, Сефедне, Хуст, Корольове, Зіньків, Сутківці, Свірж, Старе Село, Олесько, Підгірні, Муроване, Іванівка, Гримайлів, Сидорів); розташовані на живописному ландшафті далеко від населених пунктів (Чуфут-Кале, Камінське, Судак, Керч, Тайкури, Губків, Квасове, Чорнокозинці, Гологори, Добромилів, Бучач, Гусятин, Кудриньць). [1, с.67]

Замковий туризм в Україні і світі. Замкова індустрія – охорона,

збереження, експлуатація великих будівель, що мають історичне і/або архітектурне значення. Ці будівлі – невід’ємний елемент загальнонаціональної культурної спадщини, який необхідно зберігати як свідчення минулого країни. [3, с.137]

Багато замків у Східній і Західній Європі. Найбільш популярні французькі замки-готелі. Користуються популярністю також замки Великобританії, Німеччини, Австрії, Угорщини, Швейцарії, Іспанії, Італії, Чехії, Польщі, Прибалтики. Замковий туризм нині користується найбільшим попитом у Європі – йому надають перевагу майже 30% туристів.[5] В Польщі охороняється близько 1500 замків і фортець, частина з них законсервована й перебуває під постійним наглядом археологів, а частина активно інтегрована у прибуткові готельний, ресторанний, фестивально-анімаційний та екскурсійно-туристичний бізнес. Тобто, замки продовжують жити і служити людям. Аналогічна ситуація має місце в Чехії, де на невеличкій за розмірами території зосереджено аж 3000 фортифікацій, якими опікується не стільки держава, скільки кожна місцева громада країни. А 2/3 чеських замків нині є приватною власністю. Ця обставина не "замкнула" їх перед туристами, а навпаки посприяла настільки тісній інтеграції у туристичний бізнес, що зараз будь-яка туристична подорож у Чехію не обходиться без відвідин принаймні 3-10 замків. Прибутки від замкового туризму у Чехії щорічно сягають рівня 700 – 800 млн. EUR. [2, с.22]

В Україні (якщо приблизно просумувати вартість вхідних квитків у десяток обладнаних квитковими касами фортець, перемноживши цю вартість на обсяги екскурсійних потоків) ця цифра не досягає навіть 100 тис. EUR. [2, с.22]

Приклад успішного поліфункційного використання замку в парковій зоні оприлюднив на засіданні виконавчий директор компанії «Палац Шонбрунн», Вольфганг Кіппес із Австрії. Від 1992 р. палац загосподарювала приватна компанія, де працює 180 осіб. Від 1996 р. палац Шонбрунн внесений до Переліку світової спадщини ЮНЕСКО, і приймає до 9 млн туристів на рік. Усі видатки на утримання палацу сплачує підприємство, яке його експлуатує, однак воно ж є власником і всіх доходів. «Наша головна мета охороняти і реставрувати палац, а для цього ми повинні всякчас дбати про економічну основу. Загалом наш дохід за рік становить 32 млн євро, з них чистого прибутку 13 млн євро. На одного працівника в рік припадає 194 тис. євро, решту ми можемо інвестувати в реставрацію», – пояснив Вольфганг Кіппес. [4]

Не менш успішним є й господарювання у Нідерландах компанії «МонументенВахт», про діяльність якої розповів Жак Акербун. «МонументенВахт» на договірній основі із Державним фондом реставрації обстежує пам’ятки архітектури (приватні будинки, храми, замки, вітряки тощо), визначає потребу в реставраційних роботах, на яку власники чи орендарі можуть брати субсидії, позики з низькими відсотками або зменшувати податки. [4]

Зацікавлені в діяльності «МонументенВахт» і страхові компанії, бо пильний догляд за пам’ятками різко зменшив число пожеж, а значить і страхових виплат. «Економічна цінність культурної спадщини беззаперечна.

Пам'ятки генерують вартість у туристичну інфраструктуру. Тому, коли пам'ятку вже не можна внаслідок її пошкодження використовувати за початковим призначенням, їй слід підшукати альтернативну функцію, як це стало у випадку із нашим славнозвісним храмом-книгарнею», – сказав Жак Акербун.[4]

Використання замків і фортець. Клас А: Замки і фортеці, придатні для використання під історико-архітектурні заповідники та музеї.

Клас Б: Замки і фортеці, придатні для використання під заклади відпочинку й туризму (тема⁰⁸тичні готелі, лицарські ресторани, анімаційні театри-скансени). Клас В: Замки, фортеці і монастирі, придатні для часткового туристично-краєзнавчого вико⁰⁸ристання (з відведенням окремих приміщень під міні-готелі чи таверни). Клас Г: Замки і фортеці, туристично-краєзнавче упорядкування яких сприяє їх фізичному збереженню й охороні історичного ландшафту. [2,с.13]

Стан збереження замкових комплексів та оцінка їхнього естетичного потенціалу, а також використання замків як об'єктів масового туризму – ці теми стали предметом обговорення на міжнародній науково-практичній конференції, яка відбулася у Львові. Сьогодні Україну відвідує близько 12 млн. туристів щороку. 120 тисяч з них припадає на Львівщину. Проте туристична галузь в Україні сьогодні розвинена недостатньо, хоча в цілому світі спостерігається активізація туристичного бізнесу. У деяких країнах, зокрема в Ірландії, надходження від туризму у держбюджет становлять 50-60 відсотків усіх надходжень. Туристична галузь посідає в світі третє місце за прибутками. [6]

В Україні залишилось більше півсотні замків. Щоб їх відродити, необхідно 200 мільйонів доларів. Для державної казни це - непосильна ноша. Але в країні багато людей, які могли б вложити кошти в реконструкцію історичних об'єктів.

Музеїфікація пам'ятки важлива, і музей у ній – найвідповідніше функція, бо це не означає, що там тільки картини висять, там може бути представницька резиденція, можна зібрання поважні робити, концерти, конференції. До замків, де є музеї, залюбки тягнуться туристи. От тільки інфраструктури в нас немає. В інфраструктуру треба інвестувати, тоді й музейним замкам прибуток збільшиться.

Наприклад, у Свірзькому замку могли б поєднатися музей, ресторан і готель, а у млині над ставом – готель чи ресторан. Притік відвідувачів до оборонної вежі у П'ятничанах підсилили б етнографічні садиби коваля, гончара й лозоплетника, де можна було б спинитися на день. До музею в Олесько можна було б також додати рекреаційну функцію. А замок у Бродах ідеально надається до мілітарного музею та інших функцій, які б не суперечили головній, а тематично її підсилювали.

Золочівський замок 22 роки відроджують за допомогою місцевих спонсорів та доброчинців із Канади й Америки. Держава тільки 20 процентів з того, що зроблене, фінансувала, а решту – своїми силами. Зараз Золочівський замок також став популярний. Він ще не був дороблений, як туди поїхали туристи. Їдуть маси, їдуть із України, Білорусі, Росії. Тільки за цей рік у Золочеві заробили 0,5 млн грн.[4]

120 років тому думали, що в Олеському замку зробити: школу чи музей Яна Собеського. Вирішили зробити школу, і вона зруйнувала замок. А у 1975 р. заходилися робити там музей українського мистецтва, піднімали споруду буквально із руїн, із згарища. Усе своїми руками робили наукові працівники галереї. 30 років там музей, про який знають усі в Україні, а в монастирський приміщеннях - фондосховище, де тисячі врятованих творів мистецтва! [4]

Потрібно розробляти концепцію розвитку старовинних споруд, яка передбачає як реставрацію, так і перетворення їх на туристичні центри при максимальній доступності для громади. Після вироблення концепції має бути розроблений бізнес-план, щоб ці споруди були прибутковими, а не жебрали гроші з державного бюджету.

Висновки. Багато пишуть і говорять про те, що Україна має значні можливості для розвитку туризму. Це, безумовно, так і є. Однак також із впевненістю можна стверджувати, що практично немає в світі країни, яка б не мала можливостей для розвитку туризму. Тому основне завдання полягає не в тому, що ми можемо самі побачити в своїй країні й іншим показати, а в тому як подати ті ресурси і які створити можливості для їх споживання. Україні є що запропонувати на ринкові туристичних послуг. Серед замкових комплексів України чимало є таких, які вважаються кращими у світовій архітектурі.

Найбільше фортифікаційних споруд, з огляду на особливості історико-регіонального розвитку, збереглося на заході України. Саме в цьому регіоні найбільшого розквіту досягла замкова індустрія. В Україні відсутній комплексний підхід до формування і використання фортифікаційних територій. Більшість замкових ансамблів має задовільний технічний стан, але понад половину замків перебуває в руїнах. Сучасне використання численних пам'яток архітектури не відповідає умовам їх фізичного і морального збереження. Багато об'єктів пустує. Властиві замкам і монастирям об'ємно-просторові та архітектурно-планувальні структури дають змогу розмістити в них функціональні групи приміщень організацій відпочинку й туризму з максимальним збереженням інтер'єрів споруд і повним відтворенням екстер'єрів пам'яток архітектури та навколишніх ландшафтів.

Для оцінки пам'яток архітектури з точки зору придатності їх використання під заклади відпочинку й туризму існують якісні критерії (історико-архітектурна цінність замків і монастирів, особливості містобудівного розташування пам'яток архітектури, характеристика навколишнього ландшафту, технічний стан замкових комплексів, характеристика сучасного використання пам'яток архітектури, економічна доцільність пристосування пам'яток для нового функціонального призначення), а також кількісні критерії (бюджет вільного часу населення, час, який витрачається на відпочинок, заробітна плата працівників, вартість путівок в музейно-туристичні заклади, вартість реставрації та пристосування пам'яток для сучасних потреб, окупність пристосованих пам'яток архітектури).

Щоб розвинути туристичний бізнес, потрібно вирішити низку проблем. Головним чином, це інвестування туристичної галузі (сьогодні необхідно близько 70-80 відсотків іноземних інвестицій від загальної суми

фінансування), формування підприємницьких структур, які б працювали в цій сфері (сьогодні в туристичній галузі задіяно лише 5-7 відсотків підприємств) та розвиток маркетингової діяльності. А також необхідно розробити розрахунки економічної окупності інвестиційних проектів, бо інакше подібні проекти інвестора не зацікавлять.

Значні практичні складності виникають при економічній оцінці територій, управлінні цією сферою, прийнятті оптимальних проектних рішень, формуванні інвестиційної рекреаційної політики. Важливе значення розвитку замкового туризму в Україні обумовлює об'єктивну необхідність подальшого дослідження теоретико-методичних питань розробки організаційно-економічних основ розвитку замкового комплексу.

1.Лесик О.В. Замки та монастирі України. – Львів:Світ,1993. - 175с. 2. Рутинський М.Й. Замковий туризм в Україні. - К.:Центр учбової літератури,2007. - 432с. 3. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму .- К.: Слово, 2006.-372с. 4. www.pamjatky.org.ua/DetailedNews.aspx?NewsID=5986. 5. www.postup.brama.com/usual.php?what=25389.6. 6. www.portal.lviv.ua/news/2003/10/30/125806.html 7. Козицький А.М. Львів.Туристичний путівник. –Л.:Афіша,2005. - 127с. 8.Вечерський В.В. Українська спадщина: Історико-культурологічне есе.-К., 2004.- 340с. 9.Замки та фортеці: Альбом / упорядкув. Л.Прибеги.- К.: Мистецтво, 2007. - 352с. 10.СД «Замки України.»-К.: Атлантік,2006. 11. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Львівська область. Ред. кол. тому: Яремчук Д.А. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1968. - 955с. 12. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Волинська область. Ред. кол. тому: Яремчук Д.А. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1970. - 979с. 13. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./ - Рівненська область. Ред. кол. тому: Мяловицький А.В. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1973. - 652с. 14. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Закарпатська область. Ред. кол. тому: Белоусов В.І /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1969. - 780с. 15. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Івано-Франківська область. Ред. кол. тому: Чернов О.О /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1971. - 639с. 16. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Чернівецька область. Ред. кол. тому: Курило В.М. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1969. - 703с. 17. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Вінницька область. Ред. кол. тому: Олійник А.Ф. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1972. - 773с. 18. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Чернігівська область. Ред. кол. тому: Дериколєнко О.І. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1972. - 779с. 19. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Тернопільська область. Ред. кол. тому: Нечай С.П. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1973. - 640с. 20. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./-Хмельницька область. Ред. кол. тому: Мехеда М.І. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1971. - 705с. 21. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./ - Одеська область. Ред. кол. тому: Гладка П.В. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1969. - 910с. 22. Історія міст і сіл Української РСР. В 26-ти томах. Голов. ред. кол.: Тронько П.Т. /і ін./ - Кримська область. Ред. кол. тому: Солодовник Л.Д. /і ін./ - К.: Ін-т історії АН УССР, голов. ред. Укр. радян. енциклопедії,1974. - 801с.

УДК 911.3

Мацюк О.В.

ОСНОВНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ПІВДЕННО-СХІДНОЇ АЗІЇ НА ПРИКЛАДІ ТАЙЛАНДУ

Виділено основні фактори розвитку туризму в регіоні Південно-Східна Азія. Дуже

важливим є дослідження туристичних ресурсів, інфраструктури туризму з метою визначення шляхів розвитку і вдосконалення індустрії туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, регіон Південно-Східна Азія володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, що розвивається.

The basic factors of development of tourism are selected in a region South-east Asia. Very important is research of tourist resources, infrastructure of tourism with the purpose of determination of ways of development and perfection of industry of tourism. Having the advantageous geopolitical placing, region South-east Asia owns large tourist potential, world's cultural and historical sights and tourist industry which develops.

Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без зайняття на новому місці оплачуваної посади [3]. Таке визначення орієнтоване найбільшою мірою на правові норми туристичної діяльності, а не на її економічний зміст.

Туризм – це суспільно-організаційна економічна діяльність, спрямована на виробництво послуг і товарів, для задоволення потреб людей, що перебувають поза місцями постійного проживання, з метою задоволення їх потреб, пов'язаних з відпочинком, задоволенням духовних запитів, відновленням здоров'я [9]. Туризм є різновидом подорожування, що має чіткі часові обмеження та певні форми організації [5].

Туристична діяльність потребує інтенсивного освоєння території та відповідного розвитку інфраструктури, сфери послуг, екологічного оздоровлення довкілля, громадської безпеки, політичної стабільності [6]. Туризм вважається одним з найперспективніших напрямків соціально-економічного розвитку [4].

Останнім часом зростає роль туризму в економіці країн Південно-Східної Азії. З кожним роком збільшується кількість туристів, що відвідують цей регіон. Тому дуже важливим є дослідження туристичних ресурсів, інфраструктури туризму з метою визначення шляхів розвитку і вдосконалення індустрії туризму. Маючи вигідне геополітичне розміщення, регіон Південно-Східна Азія володіє великим туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливим кліматом, культурно-історичними пам'ятками світового рівня та туристичною індустрією, що швидко розвивається.

Країни-лідери Південно-Східної Азії за кількістю іноземних туристів 2007 року розташувались наступним чином: на першому місці - Малайзія (19,5 млн.чол.), на другому - Тайланд (11,7 млн. чол.), на третьому - Сінгапур (5,7 млн. чол.) та Індонезія. (5,7 млн. чол.). Країни-аутсайтери – Східний Тімор, М'янма (351000 чол.), Камбоджа (175 000 чол.) [1].

Королівство Таїланд є безперечний лідер азіатських туристичних напрямків. Туризм займає друге місце в країні серед галузей по розвитку одержуваного прибутку.

В тайському туризмі і сферах, безпосередньо зв'язаних з турбізнесом, зайнято більше 2 мільйонів чоловік. За останній час приділяється особлива увага роботі з приватним сектором: туристичними компаніями, < агенствами і малими і середніми готелями.

Об'єми внутрішнього туризму в 2007 р., порівняно з 2006 р. скоротились на 4%. Також зменшилась кількість іноземних туристів на 300 тисяч: замість

прогнозованих 14,8 мільйонів іноземців приїхали 14,5 мільйонів осіб.

В 2007 р. кількість іноземних туристів, що відвідали Тайланд становила 14,46 мільйонів чоловік, а в 2006 р. їх кількість становила 13, 82 мільйони осіб. Доходи від туризму в 2007 р. становили 547782 мільйони доларів, а в 2006 р. відповідно 482 319 .

Отже, кількість туристів, що відвідують Тайланд з кожним роком зростає: в 1998 р. – 7.76 мільйонів чоловік , а вже в 2007 р. – 14,6 мільйонів чоловік. Відповідно ізбільшуються і доходи від туризму: 242 177 мільйонів доларів у 1998 р. і 547 782 мільйонів доларів в 2007 р. (табл. 1) [10] .

Основними чинниками, що сприяють розвитку туризму в регіоні є природний потенціал, історико-культурна спадщина .

Природний потенціал Тайланду. Більша частина території Тайланду – низовинні рівнини, зокрема Менамська в басейні основної водної артерії країни – річки Менам –Чао- Прая . На півночі та заході знаходяться гори, найвища їхня точка – г. Дой-Інтханон. Клімат – тропічний, мусонний; на півдні – екваторіальний. Протягом квітня-жовтня вітри дмуть з південного заходу. В цей період висока вологість. Річно випадає 1000-2000 мм дощів. У горах їх кількість зростає до 5000 мм. Сезон дощів припадає на червень-жовтень.

Таблиця 1. Загальна кількість іноземних туристів, що відвідали Тайланд в період з 1998 - 2007 рр.

<i>Рік</i>	<i>Кількість туристів, (млн.чол.)</i>	<i>Доходи від туризму, (млн.дол.)</i>
1998	7.76	242 177
1999	8.58	253 018
2000	9.51	285 272
2001	10.06	299 047
2002	10.80	323 484
2003	10.00	309 269
2004	11.65	384 360
2005	11.52	367 380
2006	13.82	482 319
2007	14.46	547 782

Національні парки Ао Пхангнга, Дой Інтханон, Дой Кхунтан, Ераван, Кхао Чамао, Кхао Яй, Кху Кхут, Пху Кра Дунг, морські: Ко Чанг, Тарутао та ін.; численні заповідники [2].

Важливими осередками історико-культурної спадщини є сучасна столиця Сіам. У столиці – святилище Пратоммачеді , храм Смарагдового Будди (XVIII ст.), храм світанку, храм Золотого Горба, Мармуровий храм, храм Будди зі статуєю нефритового Будди завдовжки 46 м, Ват Пра Чет зі статуєю вогнедишного Будди [8]. Також тут комплекс Великого королівського палацу Махапрасад (XVIII ст. – XIX ст.), палац Віман Мек, Національний музей, будинок-музей Дж. Томпсона з колекцією творів мистецтв, музей просто неба «Давнє місто», Художня галерея, парк короля Рами IX з ботанічним садом, зоопарк Дусіт, аквапарк Сіампарксіті, парк Сафарі-Ворлд, а також понад 400 буддійських храмів та монастирів .

В Аютаї – руїни фортець, храмів, палаців (XIV-XVIII ст.), храми Панам Чоенг, Махатхат, Пху Као Тхонг, національний музей Чао Сам Прайя.

У Лопбурі – величезний палац Рамратчанівет (XVIII ст.), храм Пхра Сі Махахат. У Накхомпатхомі – ступа Пхра Патом Чеді, заввишки близько 130 м, одна з найвищих у світі. Паттая – всесвітньо відомий морський курорт, є можливості для занять усіма видами спорту. Пхукет – міжнародний морський курорт, чудове місце для відпочинку на численних пляжах [2]. У Чіангмаї – храми Пхра Сінг, Чіанг Ман, Чеді Луанг, Ку Тао.

До об'єктів світової спадщини ЮНЕСКО в Тайланді відносять: національний парк Тхунгіай-Хуай-Кха-Кхаенг, стародавні столиці Сукхотан і Аютхая (XIII-XIV ст.), археологічні розкопки Бан Ч'янг.

Культура тайців досить різноманітна. В країні є Китайський квартал та квартал Маленька Індія, де зосереджена багато храмів.

Мала Індія – це невеликий квартал, що дуже нагадує Індію. Всі чоловіки ходять в тюрбанах, а жінки в сарі. Китайський квартал – це, перш за все, китайська їжа: чорні китайські гриби, ластівкові гнізда, а також сливи, персики, спаржу, виноград. Китайський квартал – це центр традиційної китайської медицини. Головні традиційні свята в Таїланді тісно пов'язані з сезонами року.

Сонгкхран (Новий рік), що знаменує початок астрономічної весни, припадає на 12-14 квітня, святкування відбуваються протягом трьох днів і супроводжуються обливанням один одного водою та культовими обрядами на честь Будди.

У травні настає свято королівської оранки, яким офіційно відкривається новий сільськогосподарський сезон, та буддійське свято Вісакха-пуджа, присвячене народженню, прозрінню та смерті Будди.

У вересні дотримуються свята Ок-пханса, приуроченого до закінчення сезону дощів, коли багато ченців мають тривалий час провести на самоті.

Катхін справляють після завершення жнив рису в листопаді та поєднують його з врученням ченцям подарунків, які можуть знадобитися у холодну пору року. Європейський Новий рік та європейське Різдво відзначаються як світські свята.

Привертають увагу поселення монів, яо, каренів, шанів та ін., свято слонів в Суріні; шоу трансвеститів (Алказар в Паттайї), численні релігійні, світські свята, фестивалі [8, с.321]. У Бангкоку налічується більше 400 храмів і безліч музеїв. Найдавніші зразки кераміки було знайдено на північному заході країни в поселенні Банчіанг і відносяться вони до IV тисячоліття до н.е.

Готельна база включає весь спектр: від найсучасніших складових всесвітньовідомих готельних ланцюгів і комфортабельних бунгало до екзотичних готелів з гасовими лампами на плотах посеред джунглів [8, с. 322].

Тайланд має найбільш розвинене і адаптоване до міжнародних туристичних потоків курортне господарство в Південно-Східній Азії. У 20-ті роки XX ст. на узбережжі Сіамської затоки виник курорт Хуа Хін, що одночасно є літньою резиденцією королівської сім'ї. Поштовхом для бурхливого розвитку приморських курортів стало базування американської

армії під час в'єтнамської війни.

На перешийку Кра, на відстані 508 км від Бангкока знаходиться бальнеологічний курорт Ранонг. Багато термальних джерел є на півночі в національних парках Кенг-Крат'ян, Аоп-Кхан, Че-Савн. Відомим гірсько-кліматичним курортом країни є Меса [8, с. 322].

Чан – справжній рай для пляжного відпочинку, курорт, що привертає своїми тропічними лісами, чистим піском, гірськими ріками і водоспадами. Чан – другий за величиною острів Тайланду . Пхукет - найбільший острів Тайланду- називають перлиною узбережжя Андаманського моря. Пхукет славиться своєю глибоководною спортивною рибалкою і прекрасними умовами для дайвінгу [2].

Чіангмай – одне з головних міст північної частини країни. В Середні віки Чіангмай був столицею одного з наймогутніших держав – королівства Ланна. Місто славиться своїми древніми монастирями і храмами . Туристичні центри Тайланду – місто Чіанграй, Чантхабурі . Острів Самуй являється найбільшим серед великого скупчення островів в цьому місці океану.

Крабі – новий курорт, розміщений на узбережжі Андаманського моря, на Малаккському півострові . Відомі курорти Тайланду – Пхангна, Сонгкла. Сінгбурі, Лонгбурі, Удонтхані, Нонгхан, Пхай, Наратхіват – туристичні центри Тайланду [8].

Основні чинники, що сприяють розвитку туризму в країнах Південно-Східної Азії – це природний потенціал країн, історико-культурна спадщина, традиції країн, об'єкти ЮНЕСКО.

Головні фактори, що лімітують розвиток туризму в регіоні:

1. Фактори природного середовища: тектонічні: сейсмічна активність; вулканічна діяльність; інтегративні: цунамі, зсуви
2. Соціальні: недостатньо розвинена транспортна інфраструктура та готельний бізнес; етнічні та релігійні конфлікти; економічна відсталість; тероризм; звичай країни.

Країни регіону Південно-Східна Азія - Східний Тимор, М'янма, Камбоджа, Лаос, Бруней, В'єтнам, Філіппіни , володіючи великим туристичним потенціалом, в даний час мають недостатньо розвинену туристичну інфраструктуру, що не дозволяє істотно збільшити розвиток іноземного туризму і залучити туристів з інших країн.

Висока ефективність міжнародного туристичного бізнесу забезпечується за допомогою створення значної кількості нових робочих місць для економічно активного населення; формування в нових районах мережі об'єктів туристичної інфраструктури, що забезпечує потреби туристів у різноманітних платних і безоплатних послугах; зміцнення політичних і економічних зв'язків держав [7].

1. Безуглий В.В Економічна і соціальна географія зарубіжних країн: навчальний посібник. – К: ВЦ Академія, 2007. – 704 с. 2. Доминик О., Страгов М. Country-Guides, City-Guides.- М.: «Игнострах» , - 1996.- 149 с. 3. Закон України «Про туризм», 2004 р. 4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – К.: «Альтерпрес», 2002. – 436 с.:іл., картосхеми. 5. Любіцева О.О Туризмознавство:вступ до фаху: підручник/ О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с. 6. Олійник Я.Б.,

Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Ніка-Центр, 2005. – 316 ст. 7. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч. посіб. – К.:Знання, 2009. – 444 с. – (Вища освіта ХХІ століття). 8. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси світу. Європа, Азія, Австралія та Океанія. Навчальний посібник. – К.:Альтерпрес, 2009. – 427 с.: 8 с. кол. іл. 9. Топчієв О.Г. Суспільно-географічне дослідження: методологія, методи, методики: Навчальний посібник. – Одеса: Астропринт, 2005. – 632 с. 10. http://www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Бондаренко І.В.

ЕКОЛОГО-САКРАЛЬНО-БАЛЬНЕОЛОГІЧНА СТЕЖКА «ДИВА ФЕОФАНІЇ»

Запропоновано проект еколоого-сакрального-бальнеологічного стежки.

The project of the sacral-balneology-ecotour is proposed.

Постановка наукової проблеми. Нині в Україні значно зросла увага до екотуризму, не винятком є і Київ, де міститься величезна кількість унікальних затишних зелених куточків, насичених як природними так і історико-культурними пам'ятками. Незважаючи на ґрунтовні теоретичні розробки в галузі екотуризму [1], багато питань практичної реалізації наукових екотуристських концепцій в межах великого міста потребують свого подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед останніх публікацій за досліджуваною темою, що були покладені в основу дослідження можна назвати роботи Романчук С.П. «Сакральні ландшафти Феоданії» та Радченко В.Г., Байрак О.М. «Комплексний моніторинг стану ключових територій екомережі мегаполісу (на прикладі урочища Феоданія, м. Київ)».

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Екологічні стежки дозволяють зблизити людину з природою, оцінити всю її красу та неповторність зрозуміти проблеми сучасного стану, зокрема, забруднення. Тому досить важливою проблемою є проектування екологічних стежок, які були б цікавими для різних верств населення, поєднували в собі оздоровчу, пізнавальну, навчальну та інші функції. Однією з таких унікальних територій в межах міста Києва, що потребує розробки подібних маршрутів є і урочище Феоданія.

Метою даної статті є: розкрити екотуристський потенціал урочища Феоданія, а саме його красу, неповторність, цілющі властивості місцевої

природи та архітектури; привернути увагу туристів відвідати чарівний куточок Києва; донести місцевим жителям та відвідувачам всю цінність урочища, закликаючи бережно ставитись до всіх його компонентів, для збереження майбутнім поколінням.

Виклад основного матеріалу. Парк Феофанія в Києві – це не тільки красива природа, затишне місце для відпочинку, але і цінний історичний пам'ятник, центр духовного життя українського народу. Здавна парк Феофанія вважався однією з найкращих природних зон для оздоровлення.

Хоча Феофанія і розташовується на околиці Києва, між Теремками, Голосієво і Пирогово, але досить вигідною є близькість до парку Кільцевої дороги, проспектів Академіка Глушкова та Академіка Заболотного. Відносно недалеко знаходяться Одеська та Обухівська автомагістралі.

Отже, еколого-сакральнo-бальнеологічна стежка «Дива Феофанії» - це кільцевий маршрут із загальною протяжністю близько 6 кілометрів з 8 ключовими точками.

Дана стежка має еколого-бальнеологічно-сакральне спрямування, мандруючи якою можна побачити такі туристичні об'єкти як: Свято-Пантелеймонівський жіночий монастир із комплексом споруд, Пантелеймонівський собор, три цілющі джерела, каскад озер, ландшафтний парк, «Хотівське» (скіфське) городище.

Відправною точкою нашої екологічної стежки є «Дубова алея», яка розташовувалася на схід від вулиці Метрологічної.

Крокуємо на схід алеєю, всадженою по обидві сторони старими дубами. Приблизно через метрів 300 ми повертаємо на південь вбік лісу, де на нас чекає невеликий схил з дерев'яними сходами, які приведуть до наступної точки.

Спустившись схилом приблизно 300 метрів, опиняємось біля другої точки «Джерело Св. Пантелеймона». Це місце особливо славиться своїми лікувальними властивостями, вода з джерельця, поблизу якого стоїть ікона Пантелеймона – святого, що прославився саме зціленням важко хворих.

Трохи далі, метрів 50 на схід, знаходиться інше джерело, що представляє собою яму з обробленими деревом бортами. Вода в ньому влітку не більше 8 градусів, а взимку не опускається нижче 4. Священики та монахи радять три рази зануритися в купіль з головою, тричі перехреститися, а потім прочитати молитву.

Далі ми крокуємо на південний-захід, де приблизно за 200 метрів розташована третя точка, Джерело «Сльози Божої Матері», має цілющі властивості. Вода в ньому трохи солонувата, згідно легенди Божа Матір впустила сюди свою сльозу, від чого вода і набула такого смаку[3]. Йдемо на південь вузькою стежиною, вздовж якої тече струмочок від джерела.

Через метрів 300 відкривається панорама ландшафтного парку. Звернувши на південь, йдемо вздовж каскаду озер. Йдемо далі на південний-схід. Парк розташований на схилі пагорба, являє собою відкриту місцевість, оточену з усіх сторін лісом.

Пройшовши парком метрів 500 опиняємось біля будиночка, колишньої дачі Президента АН УРСР академіка Палладіна. Тут перед нами відкриваються три алеї, що ведуть до скіфського «Хотівського» городища. Ми

обираємо ту що зліва від нас і крокуємо у верх по пологому схилу на південь. Пройшовши метрів 800 Феофаніївською балкою, опиняємось на найвищій точці парку – 189 м. Далі перед нами відкривається ще один цікавий об'єкт Феофанії як "Хотівське" городище, площею близько 31 га.

Повертаємо назад в парк, звернувши на схід, спускаємось схилом приблизно метрів 500 виходимо до ставків, вздовж яких рухаємось. Якщо втомились, можемо перепочити в одній із альтанок та попити води в джерелі Св. Пантелеймона, що розташований між другим і третім ставками. Це сьома точка нашої екостежки, що має назву «Острів закоханих». Пройшовши ще метрів 500 вздовж ставків, нам потрібно потрапити до головного храму Пантелеймонівського скиту, звертаємо знову в ліс на північний-схід. Там стежиною проходимо метрів 100 звертаємо праворуч або на схід і піднімаємось схилом метрів 200. Піднявшись, потрапляємо до собору та територію жіночого монастиря.

На цьому наша екостежка закінчується, для того щоб вийти до транспортного сполучення звертаємо на північ проходимо метрів 100 асфальтованою дорогою, проходимо крізь арку. Далі перед нами три дороги, вибираємо середню, що розташована на північному-сході. Крокуємо нею метрів 200, і виходимо на вулицю Академіка Заболотного.

Висновки. Підсумовуючи статтю підкреслимо, що дослідники Феофаніївської пустині відзначали, що це справжня чернецька пустинь серед природи. Територію Феофанії завдяки пейзажному різноманіттю та привабливості ландшафтів називають місцевою Швейцарією. Відвідання еколого-сакральньо-бальнеологічної стежки «Дива Феофанії» буде цікавим людям різної вікової категорії та соціальним статусом. Більша частина екостежки проходить по добре облаштованим алеям, що зручно для туристів із спеціальними потребами.

1. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. – 2-е вид., - К.: «Альтерпрес», 2004. – 192с. 2. Лисенко В. Феофанія. Збірник краєзнавчих матеріалів, - К.: 2008. 3. Романчук С.П. «Сакральні ландшафти Феофанії» - К., 2002. 4. Радченко В.Г., Байрак О.М. «Комплексний моніторинг стану ключових територій екомережі мегаполісу (на прикладі урочища Феофанія, м. Київ)». – К., 2004.

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Борідченко О.В.

БОТАНІЧНА ЕКОСТЕЖКА В ГОЛОСІЇВСЬКОМУ ЛІСІ

Запропоновано концепцію ботанічної екостежки в Голосіївському лісі.

The conception of the botanical ecotour in the Golosyiv's forest is proposed.

Постановка наукової проблеми. При підготовці до Євро-2012 Київ має гідно представити себе для туристів, в цьому контексті виключно важливим є комплексне використання всіх наявних туристсько-рекреаційних ресурсів. Одним з таких ресурсів є унікальний видовий склад рослинності пам'ятки садово-паркового мистецтва "Голосіївського ліс".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові підвалини для дослідження визначеної проблематики закладають праці таких науковців, зокрема Вишневського В., Гаврилюка В., Речмедіна І. Пономаренка Л.,

Різника О., Родичкина И., Родичкиної О., Гринчака И., Сергеева В., Фещенка П. та інших.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Недостатньо розробленими на сьогоднішній день залишаються питання використання ботанічних ресурсів пам'яток садово-паркового мистецтва для потреб рекреації та туризму.

Метою даної статті є розкриття потенціалу екотуризму у вивченні та збереженні біорізноманіття пам'ятки садово-паркового мистецтва Голосіївського лісу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наш маршрут починається від озера, біля вулиці Максима Рильського, недалеко від меморіального будинку музею письменника, піднімаємося вгору на півень до першої точки маршруту – сосновому бору, яка знаходиться у південно-західній частині міста Києва. Ми виходимо на поляну, на якій зі всіх сторін ростуть гарні старі сосни, під ногами рівний шар хвої і шишок, червоні стовбури просто горять на сонці, сосняк через яскравість кори особливо при сонячному сяйві так і називають «Червоний ліс». У соснових і сосново-дубових лісах найчастіше зустрічаються куничник наземний, конвалія травнева, смовдь гірська, осока пальчата, купина запашна буквиця лікарська, суниці лісові, розхідник плющовидний, ожина, малина.

Далі ми прямуємо на південний-схід 970 м до другої точки огляду, яка називається грабовий ліс, по дорозі ми виходимо до величезного яру, дно якого прикрите листям молодих дерев, трав'яний покрив складається з копитняку європейського.

Голосіївський ліс – це грабова діброва, складна і багата рослинна асоціація. Далі рухаємося на південний-схід по стежці вліво 200 м і виходимо на третю точку нашого маршруту – діброва.

Далі продовжуючи рухатись на південний-схід – 500 м, спускаючись вниз по дерев'яних сходинах, ми виходимо до наступної точки нашого маршруту, «святому джерелу», вода в цьому джерелі не змінює свою температуру протягом року і залишається завжди з приблизною температурою вісім градусів. Тут протікає Голосіївський струмок, на якому створено комплекс ставків – Дідорівські (Голосіївські).

Далі наш маршрут прямує 600 м на захід в сторону Свято-Покровської Голосіївської пустині, куполи якої вже видніються. Ще один об'єкт який ми можемо спостерігати це Голосіївська пустинь.

Далі ми прямуємо на південний-захід 500 м через участок липового лісу. Рухаючись на захід 400 м через долину джерел, до озера Дідоровка це один з найбільших ставків розташованих на Голосіївському струмку в Голосіївському лісі.

Прямуючи далі через парк на північ через 400 м, проходячи Оріхуватські ставки ми виходимо до зупинки на проспекті 40-річчя жовтня.

Висновки. Отже організація екостежок перспективна і унікальна форма не лише природоохоронної пропаганди, але і поєднаного з нею відпочинку. Призначення стежок складається з таких взаємопов'язаних компонентів, як оздоровлення, рекреація, просвіта, навчання та виховання. Екологічне виховання та екологічну освіту підростаючого покоління, виховання у дітей

бережливого ставлення до природи, її різноманіття і багатства, пропаганда різних форм екологічних знань про природу.

1. Гаврилюк В.С., Речмедін І.О. Природа Києва и его окрестностей. К. 1956р.; 2. Вишневецький В.І. Малі річки Києва. – К: 2007. 28с.; 3. Енциклопедія сучасної України. Київ-2006.; 4. Київ Енциклопедичний довідник. – К., 1981р. – 735с.; Пономаренко Л., Різник О. Київ. Короткий топонімічний довідник. Довідникове видання – К.: 2003. – 124с. іл.; 5. Природно заповідний фонд міста Києва довідник – К.2001. – 64с.; 6. Сади, парки и заповідники Украинской ССР/ И.Д. Родички, О.И. Родичкина, И.Л. Гринчак, В.С. Сергеев, П.И. Фещенко. – К.: 1985р. – 167с.

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Галатенко І.Г.

САКРАЛЬНО-ЕТНОГРАФІЧНА ЕКОСТЕЖКА В ГОЛОСІЇВСЬКОМУ ЛІСІ

*Запропоновано концепцію сакральньо-етнографічної екостежки в Голосіївському лісі.
The project of the sacral- ethnographical ecotour in the Golosyiv's forest is proposed.*

Постановка наукової проблеми. Голосіївський ліс – унікальний куточок природи серед столичного мегаполісу. Цінність природного лісового масиву і історико-культурної спадщини на його території, надзвичайно висока. Це те надбання, що має бути збережено і передано майбутнім поколінням. Цього можна досягти за умови раціонального рекреаційного природокористування та розробки спеціалізованих екостежок в Голосіївському лісі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням лісового масиву Голосієва неодноразово здійснювали відомі вчені київських вишів, так зокрема Щур Ю.В. у праці «Туристськими маршрутами Голосіївського лісу» надав детальний опис лісу і навів приклади основних туристських маршрутів. Вищевказані туристські маршрути стали основою для подальшої розробки на їх основі тематичних екостежок.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Розробка системи стежок та їх маркування є одним із напрямів збалансованого використання багатств природного ландшафту і рекреаційного споживання цих ресурсів населенням. Це можливо за умови дотримання екологічних норм і принципів, які дозволять раціонально використати природні багатства з мінімальною шкодою для навколишнього середовища. Тому малодосліджені питання розробки тематичної екологічної стежки в Голосіївському лісі є актуальним щодо збереження і використання біо- і ландшафтного різноманіття, історико-культурних ресурсів.

Метою даної статті є розкриття сакральньо-етнографічного потенціалу Голосіївського лісу засобами екотуризму.

Виклад основного матеріалу. Маршрут починається з Китаєва - історичної місцевості на півдні Києва, розташованої між Багриноювою горою, Корчуватим і Мишоловкою. Назва – ймовірно, від тюркського слова "китай", водночас поширеного і серед східних слов'ян (стіна, укріплення, фортеця). Відомий з часів Київської Русі, у 2-й половині XII століття Князь Андрій Боголюбський, прозваний Китаєм, заснував тут палац-фортецю [1].

До початку пішохідної частини маршруту найзручніше доїхати на автобусі №20 від станції метро „Либідська”. Виходимо з автобуса на зупинці „вул. Китаївська”, повертаємося на 10 м. Потрапляємо на тристороннє перехрестя: від проспекту Науки на південь відходить вулиця Китаївська. Рухаємося по ній. Через 200 м вулиця повертає на захід, а ще через 300 м виводить до школи №122, яка знаходиться на північній стороні вулиці. У подвір’ї школи встановлено бюст Марії Боровиченко (Машеньки з Мишоловки”), яка відзначилась у боротьбі з фашистськими загарбниками під час Великої Вітчизняної війни. У будинку школи – меморіальний музей М. Боровиченко. За будинком, що навпроти школи, вул. Китаївська знову повертає на південь. Праворуч за рухом – садки, що належали раніше Інституту садівництва. На східній стороні вулиці, зліва від дороги іконна лавка і господарські ворота монастиря. Вхід на подвір’я церкви на відстані 400 м від повороту. «Київський Афон» – так називають свій монастир ченці. На його території знаходяться: храм Дванадцяти апостолів, храм преподобного Серафима Саровського; печерний храм преподобної Досифея Київської.

Отже, оглянувши церкву та могилу старця Досифея, виходимо на східний край церковного подвір’я й східцями спускаємося до каскаду ставків розташованих на Китаївському струмку. По дамбі між нижнім і другим знизу ставком переходимо на східний берег. За озером чудовий вид на монастир. Від берега другого ставка починається підйом на Китай-гору до Китаївських печер, обладнаний перилами. Він іде дном яру, що поріс грабовим лісом. На Китай-горі збереглися чернечі печери, частину яких у 1990-1993рр. було розчищено та упорядковано для відвідування ченцями пустині і співробітниками наукового відділу «Київ підземний» при Музеї Історії м. Києва та. У печерах можна побачити келії з земляними стінами і лежанками. Після огляду печер продовжуємо підйом у тому ж південно-східному напрямку і виходимо на широку галявину перед вершиною (від берега ставка приблизно 100 м з набором висоти 50 м). На цьому місці знаходилося Китаївське городище, або Пересічин (X – XI ст.). Це найближче до стародавнього Києва укріплення, що відноситься до типу мисових городищ з кількома ярусами. Найвища частина городища – дитинець – розташована у західній частині мису. Згори відкривається чудовий краєвид нижнього ярусу городища, що оточує дитинець півколом з півночі, сходу і півдня. І дитинець, і нижній ярус городища були укріплені валами, сліди яких збереглися до тепер.

В даний час відомі дві печери, що знаходяться безпосередньо під городищем. Під дитинцем розташована центральна печера, у вигляді лабіринту, дуже порушеного ченцями, тому розібратися в ньому з історичної точки зору дуже складно. Друга печера розташована на західному схилі городищенського мису, на декілька метрів нижче від лабіринту. Вона має більш первозданий вигляд і є коридором, що плавно спускається донизу. Через 10-15 м від входу коридор повертає ліворуч і упирається в невелику келію. У часи Богдана Хмельницького на цій горі розташовувався козачий дозор, який обороняв підступи до Києва з південної сторони. Тут росте найстаріший у місті каштан, якому вже понад 350 років. Його саджанець

привіз з рідної Валахії і посадив ще митрополит Петро Могила (1596-1647). Далі від городища стежка веде на південь, перетинаючи декілька розпадків (залишки оборонних ровів городища). Через 300 м виходимо на вершину наступного пагорбу, до багатовікового дубу з характерним вузлуватим стовбуром, з обох боків стежки розміщуються розкриті залишки стародавніх поховань (VI – VII ст.). Прямуючи в тому ж напрямку, через 300 м виходимо на вершину наступного пагорбу. Далі спускаємося на південь. Метрів через 50 відкривається панорама південних околиць Києва: Корчувате, Чапаївка, хутір Вільний. Тут перепуття: одна стежка південного напрямку спускається на дно глибокого яру й виводить на вулицю Червонопрапорну, а друга стежка тягнеться над північним схилом яру. По ній рухаємося у західному напрямку. Метрів через 300 – розгалуження стежок. Саме тут знаходився будиночок, в якому деякий час жив професор М.Грушевський. Продовжуємо рух правою стежкою у північно-західному напрямку, через 150 м потрапляємо на перехрестя лісових доріг і просіки. Знаходимо квартальний стовп із номерами „17-18-24-25”. Подальший наш шлях – ліською дорогою у південно-західному напрямку. Через 650 м при дорозі стоїть квартальний стовп „24-25”. За ним дорога прямує вздовж самого краю лісу, відокремлена від нього напівзасипаними окопами часів Великої Вітчизняної війни. Саме тут проходила лінія оборони Києва.

Через 300 м дорога починає повертати на захід, а на південь від неї відходить стежка, яка виводить на узлісся над урвищем піщаного кар’єру. Звідси відкривається панорама величезного Пирогівського кар’єру. Повернувшись на ліскову дорогу, ідемо по ній ще метрів 400 на захід і виходимо до огорожі Музею народної архітектури та побуту України поблизу с. Пирогово. Прямуємо вздовж окопів, які тянуться з лівого боку від стежки. Через 500 м дорога починає віддалятися від огорожі, заглиблюючись у ліс. Ще через 500 м – розгалуження доріг. Ми йдемо по най правішій дорозі до квартального стовпчика „13-14-22-23”, від нього повертаємо на захід, на ліскову просіку. Через 800 м просіка виводить до огорожі Головної астрономічної обсерваторії Національної Академії наук України, на перепуття стежок. Ми проходимо 150 м у північно-західному напрямку, потім ще 150 м піднімаємося на захід по низу вибалка і виходимо на ліскову дорогу. Вона спочатку прямує у північно-східному напрямку, а через 200 м після перетину із просікою повертає на північний захід. Ліворуч від дороги – березовий гай. Дорога поступово наближається до огорожі Національного виставкового Центру. Пройшовши близько 700 м, потрапляємо на розгалуження стежок і доріг. Рухаємося по крайній лівій стежці метрів 50 у північно-західному напрямку до огорожі. В тому місці, де огорожа з дротяної сітки змінюється на бетонну, крізь отвір потрапляємо на територію Національного Центру [2]. За час роботи Виставки її відвідали визначні люди світу: Президент Франції Генерал Де Голь, в’єтнамський лідер Хо Ши Мін, Генеральний секретар ООН У Тан, Президент Югославії Броз Тіто, Прем’єр-Міністр Індії Лал Бахадур Шастрі, Прем’єр-Міністр Великої Британії Маргарет Тетчер та інші [4]. Околиці Голосієва здавна стали улюбленим місцем відпочинку. Наприкінці ХІХ століття тут бував Микола Лєсков, жив Михайло Драгоманов, а у церкві села Пирогове вінчалася його сестра Ольга (Олена Пчілка) з Петром Косачем.

Після екскурсії по Центру виходимо до його головного входу. Він знаходиться у північно-західній частині території (приблизно за 1 км по прямій від того місця, де ми зайшли).

Висновки. Пропонований маршрут можна проходити всім, хто небайдужий до природи і до минулого свого міста. Маршрут пролягає через доволі пересічену лісову місцевість, тому наявність зручного взуття, верхнього одягу з довгим рукавом і капелюха є обов'язковим. Приблизна довжина пішохідної частини маршруту – понад 9 км, проходження із зупинками займе біля 4 годин.

1. "Київ. Енциклопедичний довідник" УРЕ, Київ-1981; 2. Туристськими маршрутами Голосіївського лісу. Федерація профспілок України. Інститут туризму. – К., 1999. – 34 с; 3. <http://travel.org.ua/regions/index.php?pid=3> – «Туристичний клуб «Мангуп»; 4. <http://1000years.uazone.net/pub/Kytaiv.doc> - 1000 років української культури; 5. <http://kitaevo.kiev.ua> – сайт Китаївського монастиря.

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Гондарєва К.В.

ЗООЛОГІЧНА ЕКОСТЕЖКА В ГОЛОСІЇВСЬКОМУ ЛІСІ

*Запропоновано концепцію зоологічної екостежки в Голосіївському лісі.
The conception of the zoological ecotour in the Golosyiv's forest is proposed.*

Постановка наукової проблеми. Екостежки як специфічна форма природоохоронної освіти є надзвичайно ефективними, насамперед, завдяки неформальності педагогічного процесу, що проходить не як обов'язковий захід, приурочений до конкретної дати, місця чи часу, а при безпосередньому спілкуванні з природним середовищем з емоційно насиченим сприйняттям туристами об'єктів процесів і явищ географічного середовища [3]. Однак на сьогодні мало розробленими залишаються конструктивно-географічні основи проектування еколого-зоологічних стежок об'єктах, що мають статус пам'ятка садово-паркового мистецтва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши наявні розробки та публікації з досліджуваної проблеми зауважимо, що сучасні екологічна стежки є унікальною інтегративною системою, що включає природоохоронну інформаційно-виховну роботу, активну фізичну рекреацію та оздоровлення екотуристів. Наукові підвалини для дослідження визначеної проблематики закладають праці О.Ю. Дмитрука, А.Н. Формозова, Ю.М. Грищенка, Л.М.Зуб, М.Д. Родичкина та інших авторів.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Розробка та проведення мереж екостежок на сьогодні полягає не тільки в їх потенційному економічному та природоохоронному зиску, а в тому, що вони є чи не єдиним дієвим механізмом забезпечення середовище відтворюючих та урбокомієнсаційних потреб міських мешканців та найбільш доступною масовою формою екологічної освіти. При цьому зауважимо на певні прогалини у безпосередніх проектних розробках екостежок для урбанізованих територій.

Метою даної статті є дослідження та аналіз сучасного стану тваринного світу пам'ятки садово-паркового мистецтва Голосіївського лісу та

створення на даній території зоологічної екостежки, виховання екологічно - грамотної (екокультурної) поведінки людини у природі й поширення знань про природу та людину як невід'ємну частину природного середовища.

Виклад основного матеріалу. До початку пішохідної частини екологічної стежки, яка має загальну протяжність близько 6 км., найзручніше дійхати на тролейбусі №1 або автобусі №20 від станції метро «Либідська». Виходимо на зупинці «вул. Лисогірська », повертаємо назад метрів на 20 до перехрестя. В цьому місці до проспекту Науки примикає вулиця. Йдемо по ній у західному напрямку. Метрів через 400 вулиця входить в Голосіївський ліс. За останнім будинком на південній стороні вулиці починається лісова стежка. В цьому місці знаходиться наша перша точка «Грабова роща». Голосіївський парк являється найбільшою зеленою прикрасою міста Києва. Починаємо рухатись по нашій стежці, яка спускається в південному напрямку і через метрів 400 виходить в долину широкого яру. Саме тут ми зупиняємось на точці «Таємниче урочище». Йдемо 200 м. на південь по стежці біля східного борту яру й потрапляємо в заплаву наступного його притоку, що примикає зі сходу. Далі стежка разом з яром повертає на південний захід і йде по його дну вздовж струмка метрів через 200, на лівому березі – два джерельця, нижче яких заплава струмка стає заболоченою. Прямуюмо по брусованих кладках і через 300 м, виводить з яру до великого ставка. Це нижній з трьох ставків на річці Самбурці. Голосіївські ставки – каскад водойм, що утворилися на Голосіївському струмку, що протікає територією Голосіївського лісу. Каскад складається з верхнього і найбільш впорядкованого Дідорівського ставка та групи з 3-х ставків, розташованих нижче за течією струмка, біля Голосіївської пустині [6]. Зупиняємось на нашій наступній точці «Зачаровані озера» [4]. Звідси повертаємо на схід, обходимо ставок по дамбі, яка розміщується на його нижньому східному боці, і рухаємось далі південним берегом каскаду ставків. Стежка тягнеться спочатку на захід, потім повертає у південно-західному напрямку. Пройшовши 700 м від заплави, опиняємось біля дамби між другим знизу і третім ставками. Тут знаходиться наша наступна точка «Голосіївська пустинь». Якщо перейти по дамбі на північний берег і пройти по дорозі на захід 400 м, можна опинитися в Голосіївській пустині (монастир).

Поряд із фундаментами церкви Живоносного Джерела (зі східного боку) збереглася частина старовинного монастирського цвинтаря з могилами преп. Олексія та преп. Парфенія, відомого старця та духівника. На сьогодні вже відновлено храм Іоанна Милостивого, відновлюється храм на честь ікони Божої Матері "Живоносне Джерело", монастирське кладовище, келії, огорожа, господарські споруди. При монастирі діє замський скит Різдва Богородиці у Церковщині [6].

Продовжуємо рух лісовою стежкою в південно-західному напрямку, спочатку вздовж берега ставка потім трохи відхиляємось в сторону і прямуємо паралельно старому струмку, і через 500 м виходимо до огорожі насосної станції. Від її протилежного кута до ставка Дідорівка в південно-західному напрямку прокладена ґрунтова дорога – 300 м. Продовжуємо рух лісовою стежкою 150 м на південний захід і потрапляємо у нижню частину широкої просіки на схилі. Це гірськолижна траса, яка частково обладнана

штучним покриттям. Тут ми зупинимось на точці «Лижна база». За гірськолижною трасою у південно-східному напрямку простягнулась лінія підйомника. Підіймаємось вздовж траси підйомника по трав'яному схилу 200 м з набором висоти близько 50 м і знову опиняємось в лісі. Стежкою над схилом ідемо 250 м у південно-західному напрямку до великої галявини. На південному краю галявини – кварталний стовп із номерами 6-7-10-12. А це свідчить про те, що ми дійшли до точки «Столітні Велетні». Ця галявина відома своїми столітніми дубами, які є візитною картою всього Голосіївського лісу. Рухаємось просікою на південь 400 м до перетину з лісовою дорогою. Ідемо по дорозі 500 м у південно-західному напрямку до північно-східного рогу Головної астрономічної обсерваторії НАНУ, де знаходиться наша точка «Астрономічна обсерваторія». Обходимо її територію вздовж східної частини огорожі – 450 м на південь. Біля південно-східного рогу повертаємо на південний захід. Приблизно через 100 м – розгалуження трьох доріг. Рухаємось по середній у південному напрямку й через 300 м виходимо на просіку. Пройшовши по ній 650 м на південь по досить пересіченій місцевості, ми опиняємось на асфальтованій дорозі біля південного краю Голосіївського лісу. Де і знаходиться наша кінцева точка «Перехрестя двох доріг». Під час проходження цієї ділянки нашої стежки, ми можемо спостерігати чудові ландшафтне та біологічне різноманіття.

Висновки. Отже, актуальність організації мереж екологічних стежок на сьогодні полягає не тільки в їх потенційному економічному та природоохоронному зиску, а в тому, що вони є чи не єдиним дієвим механізмом забезпечення середовищевідтворюючих та урбокомпенсаційних потреб міських мешканців та найбільш доступною масовою формою екологічної освіти.

1. География населения наземных животных и методы его изучения/ Формозов А.Н.: М. 1959.
2. Грищенко Ю.М. Основи заповідної справи: навч. посібник. Рівне: РДТУ, 2000.-230с.
3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. – 2-е вид., - К.: «Альтерпрес», 2004. – 192с.
4. Сады, парки и заповедники Украинской ССР/М.Д. Родичкин, О.Н. Родичкина, Н.Л. Гринчак, В.С. Сергеев, П.Н. Фещенко.-К.: Будівельник, 1985.-167с.
5. Формозов А.Н. Спутник следопыта, М.:1952
6. Офіційний сайт Національного природного парку "Голосіївський".

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Ковалевич А.І.

САКРАЛЬНА ЕКОЕКОСТЕЖКА “ЛИСА ГОРА”

Запропоновано концепцію сакральної екостежки «Лиса гора».
The conception of the sacral ecotour «Lisa Gora» is proposed.

Постановка наукової проблеми. У світі існує безліч сакральних (священних, культових) природних об'єктів, під якими зазвичай розуміють характерні, шановані в народі елементи ландшафту, які є місцями поклоніння, відправлення обрядів і, одночасно, елементами культурної спадщини етносів, народів чи окремих соціальних груп. Ці об'єкти мають велике значення як особливі місця духовного єднання людини з Природою. До таких об'єктів належать природні джерела, окремі дерева й цілі гаї, ділянки лісу, озера,

річки, водоспади, скелі, печери, гори, окремі камені, острови. Вони вважаються представниками різних релігій, що успадкували цю традицію від своїх предків, що володіли традиційними знаннями. Ці об'єкти зберігаються протягом століть і тисячоліть і служать зразками дбайливого і натхненного ставлення до природи. Одним з таких об'єктів є унікальний регіональний ландшафтний парк «Лиса Гора», що є об'єктом нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукове підґрунтя для дослідження даної проблематики наведено в працях: О. Дмитрука, Д. Іноземцевої, Д. Малакова, В. Огудіна, І. Парнікоза, С. Романчука, В. Стецюка та інших авторів.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Недостатньо розробленими на сьогоднішній день залишаються питання використання сакральних-езотеричних ресурсів для потреб рекреації та туризму. Ідея створення даної екостежки пов'язана з недостатньою поінформованістю населення щодо історико-культурних особливостей регіонального ландшафтного парку «Лиса гора». Велика кількість даних, що можна знайти у різних інформаційних джерелах свідчить про значне міфологічно-культурне нашарування знань про дану територію, але ці знання не завжди відображають реальне. Тому, в даній статті буде наведена спроба охопити відомі киянам місця та важливі об'єкти, як певної територіально-езотеричної системи – сакральної екостежки.

Метою даної статті є аналіз та дослідження сакральних-езотеричних місцевостей у регіональному природному парку «Лиса гора». Створення на їх основі сакральної екостежки як певної основи для екологічного виховання суспільства: збереження навколишнього природного середовища у якісно функціональному стані та відтворення важливих особливостей сакральних об'єктів даної території.

Виклад основного матеріалу. Лиса гора – елемент східнослов'янського, зокрема українського, фольклору, пов'язаний з чаклунством і надприродними силами. Для території Лисої гори характерна певна міфологічна зацікавленість. Її існування пов'язують з таким явищем як геопатогенні зони або «місця сили». Люди, проходячи цією місцевістю часто відчують слабкість, нездужання, головний біль, іноді манію переслідування. Запропонована сакральна екостежка «Лиса Гора» має навчально-дослідницький характер. До початку маршруту можна дістатися від метро Либідська на маршрутці № 212 до Проспекту Науки, 35А. Маршрут розпочинається біля воріт Українського Науково-дослідного гідрометеорологічного інституту УкрНДГМІ, він розрахований на 4 години і займає приблизно 6,5 км. Перша точка нашого маршруту називається «Ворота до спокою».

Обійшовши будівлю ліворуч, ми виходимо на алею, яка прямує прямо вперед. Ми проходимо 60 м і ліворуч бачимо метеорологічну станцію. Через приблизно 40 м Нас буде чекати розвилка. Асфальтована доріжка буде вести далі по прямій, а нам необхідно буде звернути ліворуч на ґрунтову стежку. З цього моменту розпочинається шлях до регіонального ландшафтного парку «Лиса гора». Через 95 м, ліворуч ми побачимо оглядовий майданчик. Тут можна зупинитись на декілька хвилин. Це наша друга точка і називається

вона «Над урвищем». Через 20 метрів алея роздвоюється. Одна її частина різко (під прямим кутом) уходить праворуч, а ми залишаємося на головній і прямуємо прямо ще приблизно 38 – 45 м. Рухаємось прямо. Входимо до території РЛП «Лиса гора». Залишаємось на головній доріжці, яка звертає ліворуч, потім знову вирівнюється. Пройшовши біля 60 м. необхідно звернути ліворуч по маленькій стежці. Третя точка «Привал». Продовжуємо свій шлях по стежці в лівий бік. Екостежка звивається спочатку вліво на декілька метрів, а потім, повертаючи до високого лісу у правий бік. Так ми проходимо ще метрів 30 і входимо в ліс. Проходимо праворуч (приблизно 20°). Ми зупиняємось біля великого дуба, біля якого зазвичай люблять фотографуватися. Він одразу ж вражає своїми габаритами. Ліворуч від нього екостежка різко йде вниз (приблизно 70° – ухил). Так направляючись у верх (екостежка йде у правий бік від яру в який ми спустилися до того) виходимо напроти незвичайного дерева. Наша четверта точка «Дерево бажань». Ми стоїмо поряд з цікавим деревом, всередині воно порожнє. Прямуємо прямо по стежці до її розділення. Нам необхідно піти по лівій частині і опинимося між молодими осиками, ми проходимо повз велику березу і через приблизно 110 м опинимося на перехресті великої ґрунтової дороги та невеличкої стежки. Піднявшись по правий бік ми бачимо галявину, яка прямує у східному напрямку, у бік Дніпра. Прямуємо на схід. Через 80 м головна ґрунтова дорога роздвоюється. Нам слід йти по тій, що прямує вгору праворуч. Пройшовши близько 230 м ми зупиняємось – Це наша п'ята точка «Дорога мертвих дерев». Тут стоять білі сухі дерева. Відпочивши ми прямуємо далі. До наступної точки майже 600 м ми нікуди не звертаємо і постійно йдемо по цій дорозі у східному напрямку. Через 15 м – оглядовий майданчик, де росте одиноке дерево. Шоста точка «Одинока». Через 25 м після оглядового майданчику ми звертаємо ліворуч, на захід і входимо до лісу. Тут переважають дубово-грабові і похідні від них грабові ліси, зайняті липовими та осиковими лісами. Прямуємо паралельно до тієї дороги «мертвих дерев». Дорога тут звивиста. Вона проходить повз відомі на всю Україну фортифікаційні доти. Ми проходимо повз 2 доти. До нашої сьомої точки ми проходимо майже 300 м. Ось ми доходимо до доту №3 і зупиняємось біля нього. Це наша сьома точка «Тиха дорога». До доту №5 нам необхідно пройти 430 м. Дійшовши до головної галявини РЛП «Лиса гора» ми повертаємо ліворуч до доту №5. Він знаходиться у глибині і є найчистішим серед усіх дотів. Пройшовши через дот ми проходимо ще 4 метри і повертаємо праворуч. Пройшовши 20 метрів ми піднімаємось у правий бік до основи насипу і йдемо вздовж нього. Навколо нас ростуть молоді осики та клени. Дорога пряма, вона обходить всі доти з іншого боку. Але нам так далеко не потрібно. Ми зупиняємось біля доту №6 і підіймаємось по ньому назад до головної галявини. Вийшовши звідти ми попрямуємо на 55 м до розміченого поля. Тут буде наша передостання восьма точка - «Біля каменю». Назва точки походить від головної пам'ятки – символу існування цього парку – це Великий камінь, на якому написана назва і дата заснування даного парку. Виходимо знову на головну дорогу, яка прямує вздовж дотів. Дорога тут урвиста як і на початку, місцями трапляються частини, викладені камінням. Через 75 м нас чекає дот №7. Ми проходимо повз нього, не зупиняючись. Ще

через 50 м дорога буде вести нас у бік Дніпра (в право). Через 145 м ми вийдемо на асфальтовану дорогу. Тут колись була Пожежна станція. Проходимо ще більше 150 м нікуди не звертаючи, бо по дорозі наш маршрут будуть перебігати маленькі стежки до ярів та балок. Мі дійдемо до КПП. Остання, дев'ята точка «Між світами» знаходиться при виході з РЛП «Лиса гора».

Висновки. Специфічні ландшафти, залишки захисних споруд, міфологічні місцини та релігійне підґрунтя створюють умови для організації в межах РЛП “Лиса Гора” низки тематичних екостежок. При їх проектуванні необхідно врахувати велике природоохоронне значення цієї території і забезпечення збереження існуючих тут цінних природних комплексів, одночасно дана територія потребує у вдосконаленні з погляду збалансованого рекреаційного природокористування. Тому, для поєднання цих завдань необхідно створювати екологічно-сакральні маршрути.

1. Дмитрук О.Ю., Дмитрук С.В. Екотуризм : Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2009. – 358 с. 2. Київ як екологічна система: природа – людина – виробництво – екологія. – К.: Центр екологічної освіти та інформації, 2001 – 259 с. 3. Рекомендации по охране сакральных природных объектов (для специалистов по охраняемым природным территориям) - Гуманитарный экологический журнал. Т. 4. Вып. 2. 2002. С. 135-136. 4. І.Ю. Парнікоза, Д.М. Іноземцева - Сучасний стан ценопопуляцій рідкісних рослин регіонального ландшафтного парку «Лиса Гора» (м Київ) Укр. ботан. журн., 2005, т. 62, № 5

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Стригун О.Г.

КРАЄЗНАВЧА ЕКОСТЕЖКА В ПАРКУ “НИВКИ”

Запропоновано концепцію краєзнавчої екостежки в парку «Нивки».

The conception of the local lore ecotour in the park «Nivky» is proposed.

Постановка наукової проблеми. Парк «Нивки» є одним із найбільших природно-рекреаційних об'єктів житлового масиву Нивки. Його зручність розташування (близькість до центральних транспортних артерій міста – проспекту Перемоги та метрополітену), біотичне розмаїття, унікальний рельєф, соціально-економічна інфраструктура створюють всі необхідні умови для відпочинку різних категорій людей. Особливу увагу, на мій погляд, варто приділити освітньо-виховній функції даної території.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові засади дослідження закладають праці О.Дмитрука, С.Романчука, В.Стецюка, П.Шищенка, Ю.Щура та інших дослідників.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Питання проектування екостежок у великих містах нині перебувають у стадії активних наукових пошуків. Особливо актуальним такі стежки є для невеликих міських парків, що зазвичай є чи не єдиним місцем де можливе безпосереднє вивчення школярами природи, історії та культури рідного краю.

Метою даної статті є розкриття краєзнавчого потенціалу парку “Нивки” засобами екотуризму.

Виклад основного матеріалу. Краєзнавча стежка проходить вздовж обох частин парку «Нивки», починаючись від станції метро «Нивки». На маршруті

передбачено 17 ключових точок.: у західній частині парку на даних точках доцільним є виклад історико-топонімічної інформації та аналіз антропогенного впливу на природне середовище, у східній частині, що є найменш забудованою та соціально розвиненою є можливість ознайомитись з біологічним розмаїттям парку, зробити зупинку для відпочинку та акцентувати увагу на необхідності дотримання принципів збереження природи.

Парк «Нивки» розташований поблизу однойменної станції метро. Маршрут починається з місця під назвою «Вербова галявина», яке знаходиться на північній стороні другого від метро озера. На цій точці слід розглянути природно-ландшафтну структуру парку та його функціональні особливості. Парк за своїми природно-охоронними завданнями поділяється на дві частини - східну і західну, розділених залізничною колією. Східна його частина віднесена до загально державних природно-заповідних територій як парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва, а західна - до аналогічних пам'яток, але місцевого значення. Ми знаходимося в західній його частині. Парк було відкрито у 1955 р. Від парку Нивки загальнодержавного значення (східна частина) цей парк відмежований залізничною колією. Західна частина парку має площу - 18,47 га. По території парку протікає ріка Сирець, вздовж долини якої утворені три ставки, загальною площею близько 3 га. У парку приблизно 65 видів і форм дерев і чагарників. Звивистою парковою дорогою прямуємо на північний схід до закінчення озера. Масив Галагани, що знаходиться навпроти парку. Йдемо прямо вздовж третього озера. Наступною зупинкою є Галявина розваг. Далі йдемо на схід приблизно 50 метрів, далі повернути в бік залізничних колій та перейти їх. Повертаючи на 40 градусів від колії, починається стежка із незначним підйомом, по закінченні якого ми виходимо на наступну зупинку «Лісовий затишок» і опиняємося в Східній частині парку. Рушаємо на північний схід, проходячи адміністративну будівлю, спускаємося по сходах до стежки, що є наступною зупинкою. Далі повертаємо на північний захід проходимо 150 метрів і повертаємо на схід, прямуючи парковою дорогою йдемо до озера. Загальна площа східної частини парку – 44,94 га. Тут представлено чотири типи садово-паркових ландшафтів: регулярний (біля входу), луговий (біля озер), садовий (на місці колишнього плодового саду площею 3,8 га) і лісовий. Лісовий ландшафт в парку є основним і займає більше 30 га. Обходимо озеро, робимо зупинку біля джерела, і рушаємо на північ до наступної оглядової точки. Нею є місцевість «Мальовничі зарості». Проходимо парковою дорогою, оминаючи адміністративну будівлю із задньої сторони, виходимо знову на точку «Лісовий затишок». У разі необхідності, на цьому етапі маршрут може бути завершений. Додатковими є наступні точки, що пролягають у зворотньому напрямку через станцію «Рубежівська», Галявину розваг, Парк водних розваг та ін. Найперше місцевість, де розташувався парк, носила назву «Васильчиківська дача», історія якої пов'язана з ім'ям київського генерал-губернатора Іларіона Васильчикова (1805–1862 р. р.).

Висновки. Запропонована краєзнавча стежка дає можливість проводити зайняття з учнями місцевих шкіл (№73, №154, №163 та ін.) з метою ознайомлення їх з природними особливостями рідного району, історією його

створення та виникнення назв. Маршрут прокладено таким чином, що він буде зручний для осіб як молодого, так і похилого віку. Так як умовно парк поділяється на дві частини, це дає змогу скоротити маршрут, без кардинального перепланування та при збереженні основної інформаційної бази. Основною ідеєю створення даного маршруту є – заохочення спільноти до збереження природної рівноваги, починаючи з місця власного проживання і відпочинку, ознайомлення з цікавими фактами створення і розвитку району.

1. Вулиці Києва. Довідник. - К., "Українська енциклопедія ім. М.Бажана", 1995.; 2. <http://refs.uaclub.net.ua/19/43411075/2/index.html> - геоморфологічна будова Київської області; 3. <http://www.interesniy.kiev.ua> – науково-розважальний портал про місто Київ

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Пономаренко Д.В.

ГІДРОЛОГІЧНА ЕКОСТЕЖКА “КИЇВСЬКА ВЕНЕЦІЯ”

Запропоновано концепцію гідрологічної екостежки “Київська Венеція”.

The conception of the hydrological ecotour of the “Kiyv’s Venetia” is proposed.

Постановка наукової проблеми. Гідропарк – улюблене місце відпочинку киян, основна частина якого розташувалася на острові між Дніпром, Венеціанською та Русанівською затоками. Колись острів мав неймовірні заплавні ліси, різноманітну флору та фауну, мальовничі ландшафти на яких вирувало розмаїття та багатоліке життя. Зараз територію острова займають різноманітні атракціони, ресторани, казино та дискотеки, під впливом яких Гідропарк значною мірою втратив свій природний стан та видове розмаїття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження території Дніпровських островів біля Києва, є дуже актуальною темою у наш час, особливо ретельно цим займаються вчені – екологи та ботаніки серед них роботи Г.Цуканови, Т.Андрієнко, С.Мосякіна, Ю.Клименка, Л.Зуб, В.Родіна. В цих дослідженнях представлені флористичні та геоботанічні дані території острова. Гідрологічні характеристики Дніпровських островів (хімічний склад води, термічний режим, швидкість течії, рівні води, руслові процеси, рослинний та тваринний світ) детально описує у своїй праці “Дніпро біля Києва” В.Вишневський.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. Незважаючи на досить ґрунтовні дослідження островів Дніпра в межах Києва, проблема збалансованого рекреаційного природокористування в їх межах є гостро актуальною. Одним з дієвих засобів вирішення цієї проблеми є розробка спеціалізованих екостежок які мають регулювати потоки рекреантів у природні екосистеми острова, формувати екологічну свідомість відпочиваючих тим самим забезпечуючи збереження унікальних островних ландшафтів.

Метою даної статті є представлення концепції гідрологічної екостежки “Київська Венеція” та розкриття рекреаційно-туристського потенціалу Гідропарку.

Виклад основного матеріалу. Екологічна стежка знайомить із своєрідною природою річки Дніпро, її маршрут проходить в м. Київ на Венеціанському

острову і має протяжність близько 6 км. Цей острів вважається історичною місцевістю лівого берега Дніпра – йому вже більше 200 років. Він утворився внаслідок того, що русло Дніпра неодноразово змінювалося, мандруючи по широкій заплаві, у результаті чого відбувалося тривале перенесення та відкладання алювію, а отже і формування острова. Для того, щоб потрапити на початок маршруту потрібно пройти 120 метрів у південному напрямку від станції метро «Гідропарк», на другому повороті на Пн-Сх починається незабутній маршрут екостежкою «Київська Венеція». На екостежці знаходиться 8 оглядових точок: Початок маршруту; Зелений театр; Русанівська протока; «Тендітні» берізки; Відпочинок під акацією; Футбольний майданчик; «Золоті піски»; Озеро Берізка. Унікальними серед оглядових точок є Русанівська протока, «Золоті піски» та Озеро Берізка, так як саме на цих точках ми можемо спостерігати сучасні руслові процеси, ознайомитися з прибережно-водною та водною рослинністю. Точка №1 – «Початок маршруту». На цій точці якщо озирнутися навколо можна побачити велику кількість різноманітної інфраструктури. Точка №2 – «Зелений театр» – розташована на відстані 200м у Пн-Сх напрямку від точки №1 – велика кількість старих акацій. Продовжує наш маршрут Точка №3 – Русанівська протока, на яку ми потрапляємо через 350 метрів рухаючись на південний схід. Характерною особливістю цієї точки є – водно-болотна рослинність. Далі мандруємо вздовж нижньої частини заплави на південь до точки №4 – «Тендітні» берізки, відстань до якої складає 900 метрів. На точці розповіді можна побачити велику кількість берізок. Продовжує нашу подорож Точка №5 – відпочинок під акацією, яка знаходиться у південній частині острова на відстані 300 метрів від точки №4. По дорозі до неї ми минаємо галявину вкриту різнотрав'ям. Далі екостежка повертає праворуч на південний захід до точки №6 «Футбольний майданчик», до якої треба пройти 600 метрів від нашої попередньої зупинки. На цьому місці розташована піщана футбольна площадка. Точка №7 «Золоті піски» знаходиться у західній частині острова на відстані близько 800 метрів від точки №6, рухаючись до якої минаємо велику кількість чагарникової рослинності серед якої височіють могутні дуби. Прямуючи до точки №8 «Озеро Берізка» ми на 550 метрів на північний схід просуваємося до середини острова. Озеро берізка – це залишок від проток Череповка та Ковбасниця, які протікали через острів до його повного формування.

Для того щоб опинитися на нашій останній точці, котра являється і початком маршруту необхідно потрапити на місце, яке знаходиться на іншому березі і протилежне до точки №8, при цьому необхідно рухатися спочатку на північний схід, а потім на північний захід, оминаючи водойму, на вказаному місті повернути на північ і рухатися до кінцевої точки маршруту станції метро «Гідропарк».

Висновки. Унікальність екостежки «Київська Венеція», полягає в тому, що вона сприяє охороні природи, підвищує рівень обізнаності населення про навколишнє середовище, дає можливість ознайомитися з більшою частиною Венеціанського острова.

1. Вишневецький В.І. «Дніпро біля Києва» - К.: Інтерпрес ЛТД, 2005.-100с.; 2. Пономаренко Л., Різник О. Київ. Короткий топонімічний довідник. Довідкове видання. – К.: Видавництво «Павлін»,

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Латуринський Т.Л.

ІСТОРИКО-КРАЄЗНАВЧА ЕКОСТЕЖКА В КОНЧА-ЗАСПІ

Запропоновано концепцію історико-краєзнавчої екостежки в Конча-Заспі.

The conception of the historical local lore ecotour in the Koncha-Zaspa is proposed.

Постановка наукової проблеми. Одним з найважливіших засобів ефективної екологічної освіти є організація різноманітних видів діяльності школярів та студентів безпосередньо в природному середовищі. Таке розуміння практичної екоосвіти вимагає створення специфічних “навчальних класів і лабораторій в природі”, а саме розробки спеціалізованих екостежок.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові засади для дослідження визначеної проблематики закладають праці О.Дмитрука, Я.Дідуха, В.Ярмоленка, Л.Зуб, О.Мартиненко, Я.Мажжеріна, Л.Кушніренко та інших дослідників.

Виокремлення невивчених сторін дослідження. У місті Києві та приміській смузі проектування та облаштування екологічних стежок тільки розпочинається. Нині Київ, в порівнянні з європейськими столицями, володіє найбільшою часткою до (15 %) зелених зон та природоохоронних територій в межах міста. Однак, неорганізований відпочинок значної кількості відпочиваючих призводить до рекреаційної дигресії унікальних природних ландшафтів. Тому розробка спеціалізованих екостежок, для таких територій є дуже актуальною.

Метою даної статті є концептуальна розробка тематичної екостежки в популярній рекреаційній місцевості “Конча-Заспа”. Акцент дослідження здійснюється на історико-культурний потенціал обраної території.

Виклад основного матеріалу. Спроектowana історико-екологічна стежка знаходиться в 10 км. на південь від м. Києва в лісовому масиві між селами Конча-Заспа – Лісники. Це зелена зона міста, яка була непридатною для господарського освоєння, тому тут добре збереглися природні комплекси. В адміністративному плані територія підпорядкована лісопарковому господарству “Конча-Заспа” управління “Київзеленбуд” і входить до складу НПП “Голосіївський”. Протяжність стежки 9 км. Розпочинається маршрут від залізничної станції “Лісники”, що на околиці села Лісники (Дніпропетровське шосе). Одразу від залізничної станції в напрямку лісу веде стежка, по якій і проходить маршрут. Йдучи до другого пункту ми заходимо у мішаний ліс з домінуванням грабу. Другим місцем зупинки обрана невелика галявина серед заболочених останців притоки Дніпра р. Віти. Прямуючи до третьої зупинки знижений та трохи заболочений ландшафт змінюється на підчищений рельєф. Ділянка №3 знайомить нас з трагічними подіями 1941-1945 рр. На невеликому підвищенні розміщується ДОТ № 106. Продовжуємо наш маршрут стежкою, що веде на захід. Проходимо біля озера. Наступна зупинка – меморіал-каплиця загиблим воїнам Київського укріпрайону. Каплиця побудована в жовтні 1993 р. Меморіал побудований в 2004 р. На червень 2009

р. в братських могилах поховано: 223 бійці і командири, загиблі при обороні Києва в 1941 році; 212 солдатів і офіцерів, загиблих при звільненні Києва в 1943 році. З 435 вдалося ідентифікувати тільки 27 чоловік. Одне з перевірених вже багатьма властивостей каплиці – вона заспокоює депресивний людини. Ділянка № 5 розташована на розі житлового масиву Конча-Заспи. Підходячи до наступної зупинки все частіше зустрічаються мікро-ділянки луків.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане хочеться зазначити, що територія Конча-Заспи має значний природний та історико-культурний потенціал для розвитку рекреації та екотуризму. Пізнання історії цього унікального об'єкту допоможе не тільки більше дізнатися про нього зробивши екскурс у минуле, а й більш дбайливо відноситися до сучасності. Подальша робота над екостежею вимагає її облаштування на місцевості: маркування маршруту, розміщення інформаційних стендів, створення місць відпочинку, підготовки та випуску путівників та картосхем.

1. Дідух Я.П., Єрмоленко В.М., Крижанівська О.Т. та ін. Екологічна стежка (методика, організація, характеристика модельної стежки «Лісники»)(Під ред. д-ра біол. наук, проф. Я.П. Дідуха). – К.: Фітосоціоцентр, 2000. – 88 с.; 2. Київ. Енциклопедичний довідник. - УРЕ. – К.,1981.; 3. Південний рубіж. За матеріалами Пошуково-видавничого агентства “Книга пам'яті України”, Київського міського історико-патріотичного клубу “Пошук”, телеканалу ІНТЕР та самодіяльних пошуковців. Валерій Лисенко, укладення, переклад з російської, макет, Київ 2007.; 4. Шарлемань М. Заповідник «Конча-Заспа». - К.,1932.; 5 <http://www.interesniy.kiev.ua>; 6. <http://www.muz-prosvet.com/vb>.

III. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ

УДК 556.114

Гуменюк А.Е., Иливанова И.В.

ЛАНДШАФТЫ ЧЕБОКСАРСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМ И РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ

Актуальность темы заключается в том, что урбанизированные территории крупных городов подвергаются антропогенной нагрузке, качественная оценка ландшафтов и выделение функционально-планировочных элементов является базой для создания экологического каркаса Чебоксарской агломерации, что позволит перенаправить потоки рекреантов, для более рационального использования пригородных лесов Чебоксарской агломерации.

Чебоксары – столица Чувашской Республики, ее административный, экономический и культурный центр; в составе Чебоксар три района – Калининский, Ленинский, Московский и Заволжское территориальное управление; площадь– 23,3 тыс.га; численность постоянного населения города Чебоксары на 01 января 2009 года составила 456,054 тыс. человек.

Основная территория Чебоксарской агломерации расположена на правом берегу р. Волги. Территория Чебоксарской агломерации находится в двух района: Заволжском хвойном и Приволжском лесостепном. По лесорастительным условиям выделяют рекреационные зоны. Чебоксарская агломерация имеет 2 крупные пригородные рекреационные зоны, тяготеющие к акватории Чебоксарского водохранилища.

Таблица 1. Оценка рекреационного потенциала лесных территорий

Тип леса	Оценка леса, в баллах												
	Эстетические свойства										технологическая		
											Σ	Z	Σ
1											1	1	14
Берендеевский лес											9,7	1	1
лесопарк «Роща Гузовского»,											8,5	1	1
Парк 500-летия г. Чебоксары											9,95	1	1
лес Новоюжного района											8	1	1
Лакреевский лес											1,2	1	1

Ельниковская я роща													1	1	0	1
													0,95			

На территории г. Чебоксары по итогам проведенного анкетирования было выявлено 7 рекреационных участков, представленных зелеными массивами – Берендеевский лес, лесопарк «Роща Гузовского», Парк 500-летия г. Чебоксары, лес Новоюжного района. Лакреевский лес и Ельниковская роща 2000 г. являются памятниками природы.

По лесорастительному районированию территория локусов Чебоксарской агломерации относится к району Приволжских нагорных дубрав, они расположены в разных районах агломерации и являются территориями для проведения различных занятий, а также являются экологическим каркасом города. Нами была проведена оценка рекреационного потенциала парков Чебоксарской агломерации (табл. 1) по методике Ермаковой О.В. [1, с.253-262]

Таблица 1 Оценка рекреационного потенциала лесных территорий (продолжение)

Т	Оценка леса, в баллах														
	Рекреационная устойчивость					Санитарно-гигиеническая									
														Σ	Σ
1														2	28
Б еренд еевск ий лес														5,7	26,
л есопа рк «Рощ а Гузов ского »														4,5	38
Пар														6	41,
л ес Ново южно го район а														6	40
Лак														7	44,
Е льник овска я роща														6	44,

Для оценки рекреационной привлекательности исследуемых территорий

города нами было опрошено 1200 жителей Чебоксарской агломерации на предмет рекреационной привлекательности лесопарковых зон города. На основании исследования было проведено их функциональное зонирование (рис. 1 - 6) и составлена сводная таблица рекреационной привлекательности лесопарковой зоны Чебоксарской агломерации по критериям эстетической привлекательности ($K_{пр}$), коэффициента транспортной доступности ($K_{тр}$), интенсивности транспортного движения ($I_{тр}$), удаленности от места жительства ($K_{уд}$). По каждому из этих критериев была приведена балльная оценка, представленная респондентами. За максимальный балл $K_{пр}$, $K_{тр}$ и $K_{ин}$ нами было принято 3 балла, который соответствует низкому уровню привлекательности. Для $K_{уд}$ максимальный балл – 4, который соответствует удаленности в несколько пересадок на общественном транспорте.

Таблица 2. Сводная таблица рекреационной привлекательности территорий отдыха г. Чебоксары

Территория	$K_{пр}$	$K_{тр}$	$K_{ин}$	$K_{уд}$	Итог о
Берендеевский лес	2	1	1	2	6
Лесопарк «Роща Гузовского»	1	1	1	2	5
Парк 500-летия	1	1	1	1	4
Лакреевский лес	1	1	1	2	5
Лес Новоюжного района	3	3	2	4	12
Ельниковская роща	1	2	2	2	7

Исходя из данных табл. 2. видно, что наибольшая привлекательность для жителей районов имеет Парк 500-летия, что связано с наличием транспортной инфраструктуры, выгодным положением и высокой эстетической привлекательности. Наименьшая привлекательность для жителей всех районов г. Чебоксары является территория леса Новоюжного района, что связано в первую очередь с удалённостью, отсутствием инфраструктуры и высокой степени эстетической привлекательности.

Таблица 3. Уровень нагрузки на лесопарковые зоны Чебоксарской агломерации

Район	Регионы отдыха					Все
	Беренд. Лес и парк «Роща Гузовского»	Парк 500-летия	Ельнико- вская Роща	Лес НЮР	Лакре ев. лес	
	Рекреационная нагрузка					
Московский район	4,4	8,1	0,9	2,1	4,3	19,4
Калининский район	4,1	2,8	0,4	1,9	4,1	13,3
Ленинский район	3,5	7,0	0,7	1,6	3,4	16,2
Сумма	12,0	17,9	2,0	5,6	11,8	49,3

Выявленные зависимости позволяют дать оценку, в том числе прогнозную, степень воздействия рекреационной деятельности людей на

природу, используя показатель средней плотности нагрузки на территорию.

Для определения уровня рекреационной нагрузки на зеленые насаждения города Чебоксары целесообразно провести геоэкологическое районирование. Выявленные зависимости позволяют дать оценку, в том числе прогнозную, степени воздействия рекреационной деятельности людей на природу, используя показатель средней плотности населения. На основании проведенного исследования были получены следующие результаты, записанные в табл. 3.

Рис. 1. Функциональное деление территории лесопарковых зон Чебоксарской агломерации (а) Берендеевский лес и парк «Роща Гузовского»; в) Ельниковская роща г) Лакреевский лес; д) лес Новоюжного района; е) парк 500-летия г. Чебоксары

Результаты рассчитывались по формуле: $P = N / S$, где P - рекреационная нагрузка ; N – численность региона; S – площадь региона отдыха. Из табл. 3 видно, что наибольший уровень рекреационной нагрузки оказывается на парк 500-летия, это связано с выгодным положением с наличием инфраструктуры и студенческой привлекательностью. А наименьший уровень рекреационной нагрузки оказывается на Ельниковскую рощу, это связано с удаленностью, с слабостью инфраструктуры и отсутствием рекреационной привлекательности.

В Ленинском районе наибольший уровень рекреационной нагрузки наблюдается в районе Лакреевского леса (11,2 чел./га) и парк 500-летия (5,5 чел./га). Наименьшая рекреационная нагрузка наблюдается в лесу НЮР (1,02 чел./га) и Берендеевском лесу (0,1 чел./га) и в Ельниковской роще (0,04 чел./га).

Таблица 1. Функционально-планировочные элементы Чебоксарской агломерации

<i>Составные части композиции рекреационных систем</i>	<i>Характер</i>	<i>Иерархические формы функционально-планировочных элементов</i>	<i>Блоки туристско-рекреационных систем (города и фрагменты городской среды, рекреационные зоны, блоки экологического каркаса и фрагменты стелькой среды)</i>
Ареал	Чебоксарская агломерация	Туристический район - входят два поселка Сосновка - поселок, расположенный на левом берегу р. Волги (Заволжье) и Новые Лапсары	Чебоксары - столица Чувашской Республики (в 2002 г площадь составила 23302 га (233,1 км²).
			Центральная часть город сохранила архитектурный облик. планировочная структура города следует рельефу территории, сформированной водоразделами притоков р. Волги: Чебоксарки, Сугутки, Кайбулки, которые веерообразно расходятся в меридиональном направлении. Вследствие этого основные городские постройки расположены на водоразделах и образуют клинообразную территорию административных районов,

			сходящихся амфитеатром у волжского залива, и расширяются к югу. Все основные транспортные магистрали проложены по верхним отметкам гряд водоразделов и образуют радиальную систему улиц сходящуюся к заливу.
			Площадь зеленой зоны г. Чебоксары, расположенного в зоне смешанных лесов при средней лесистости 29,5%, должна составлять 200 га/1000 человек. В настоящее время площадь зеленой зоны составляет 52,0 тыс. га
		Туристические местности - правобережье Чебоксарской агломерации тяготеющих к акватории Чебоксарского водохранилища ООО «Санаторий «Волжские зори», ЗАО «Санаторно-курортный комплекс «Солнечный берег», ОАО «Комплекс отдыха и туризма «Волжанка», ЗАО «Санаторий - профилакторий «Утес», санаторий «Чайка-Волга», дом отдыха и детский оздоровительный лагерь «Салют», а также несколько ведомственных баз отдыха, левобережные туристические местности такие как санаторий «Чувашия».	

Таблица 1. Функционально-планировочные элементы Чебоксарской агломерации (продолжение)

Составные части композиции рекреационных систем	Хар-ка	Иерархические формы функционально-планировочных элементов	Блоки туристско-рекреационных систем (города и фрагменты городской среды, рекреационные зоны, блоки экологического каркаса и фрагменты сельской среды)
Ядро	г.Чебоксары-	опорный	центр региональной туристической системы
Оси	Ландшафтно-маршрутные коридоры,	Транзитные оси: Автодорога М-7: Москва- Н.Новгород- Чебоксары- Казань Круизные (речные) р. Волга	Речные круизы; Москва - Н. Новгород- Чебоксары - Казань- Волгоград - Астрахань; Чебоксары - Н. Новгород- С. Петербург
		Основные региональные оси: автодороги республиканского значения	Автомобильные маршруты: Чебоксары – Шоршелы; Чебоксары - Мариинский Пасад; Чебоксары - Цивильск: Чебоксары – Кугеси. Речные круизы одного дня Чебоксары- Юрино
		Городские дороги	Пешеходные маршруты по центральной части города «Преданья старины»
Лоскусы	Санатории и дома отдыха	ООО «Санаторий «Волжские зори», ЗАО «Санаторно-курортный комплекс «Солнечный берег», ОАО	

		«Комплекс отдыха и туризма «Волжанка», ЗАО «Санаторий - профилакторий «Утес», санаторий «Чайка-Волга», дом отдыха и детский оздоровительный лагерь «Салют», санаторий «Салампи», санаторий Чувашкурорт Санаторий «Чувашия», дом отдыха «Кцувшинский», База отдыха «Промитей и детскме оздоровительные лагеря	
	Парки и скверы	«Лакреевский лес», лесопарк Гузовского, детский парк ул. Франко, парк 500-летия Чебоксары, Ботанический сад, Мемориальный парк «Победа», Лесопарк новоюжного района, Берендеевский парк, и Чебоксарский залив	
	Зоны самодетельного туризма	Территории пригородных лесов, побережья Чебоксарского водохранилища и лесных озер расположенных в левобережной рекреационной зоне	Прогулочно-эстетические уголья, уголья для полаточных стоянок, для купания, для парусного спорта водномоторного спорта и гребли, для рыбной ловли. Прогулочно-промысловые уголья (уголья ягодные и грибные, охотничьи)

В Калининском районе (рис. 1) наибольший уровень рекреационной нагрузки наблюдается на территории парка 500-летия (20,5 чел./га), затем следует Лакреевский лес (20,2 чел./га). Наименьший уровень рекреационной нагрузки наблюдается в Берендеевском лесу (0,15 чел./га), в лесу НЮР (0,4 чел./га) и Ельниковской роще (0,1 чел./га).

Таким образом, наибольший уровень рекреационной нагрузки наблюдается в Московском районе (64,48 чел./га), затем следует Ленинский район (41,41 чел./га) и Калининский район (17,88 чел./га). Наибольший уровень рекреационной нагрузки для жителей районов является парк 500-летия, это связано с выгодным положением, и привлекательностью у студентов. А наименьший уровень рекреационной нагрузки для жителей районов является Чапаевский лес, это связано с удаленностью, с отсутствием высокой степени рекреационной привлекательности и с отсутствием инфраструктуры.

С целью более равномерного уровня рекреационной нагрузки на лесопарковые зоны Чебоксарской агломерации следует разработать экологический каркас данной территории. Нами была разработана предварительная схема на основании состава элементов туристско-рекреационной системы (ТРС), согласно методике Колобовского Е.Ю. [2]. Чебоксарская агломерация состоит из следующих элементов: ядра, оси туристско-рекреационной системы и лоскусов туристско-рекреационной системы.

Нами были определены лоскусы (табл. 1) рекреационного природопользования, которые позволяют провести проектирование рекреационной системы и полноценное ландшафтное планирование

территории. Они выделяются на основании анализа имеющегося рекреационного потенциала и характера использования территории Чебоксарской агломерации.

Лоскусы выделяются по следующим признакам:

- на территории лоскуса должен быть хотя бы один объект системы ООПТ, памятник истории или архитектуры (существующий или перспективный), учреждение организованной рекреации и т.д. Но следует отметить, что само по себе наличие подобных объектов не является достаточным основанием для выделения лоскуса. Объект должен быть достаточно значительным (для данного масштаба исследования) и использоваться в рекреационной деятельности (или хотя бы предоставить для этого условия);
- на территории лоскуса должны реализоваться несколько рекреационных модулей. Речь должна идти о сочетании нескольких рекреационных модулей – наборов элементарных единиц целно, связанных с определенной территорией условной для нескольких видов отдыха, несомненно принимать во внимание то, что учитываются виды элементарных рекреационных занятий не должен быть «смежным», т.е. не должен эксплуатироваться преимущественно компонент рекреационного потенциала, к ним можно отнести парки: «Лакреевский лес», лесопарк Гузовского, детский парк ул. Франко, парк 500-летия г Чебоксары, Ботанический сад, Мемориальный парк «Победа», Лесопарк Новоюжного района, Берендеевский парк и Чебоксарский залив.

Вывод. Проведенная нами оценка рекреационной нагрузки на парковые зоны агломерации и выделенные лоскусы лесопарковых территорий как основы экологического каркаса города показывают, что для более сбалансированного развития рекреационной сети необходимо проектирование и введение новых лесопарковых зон в местах проектируемой застройки. Также необходимо создание парковых зон внутри районов с целью перенаправления части рекреантов к ним для снижения нагрузки на имеющиеся парковые зоны, эксплуатируемые жителями удаленных территорий города.

1. Ермакова О.В. Разработка программного обеспечения для эколого-биологической оценки рекреативности лесов на Юго-Востоке Украины //Науковий вісник. Національний лісотехнічний університет України - 2008, вип.18.2 Інформаційні технології галузі С. 253-262 2. Колобовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма. – М.: Академия, 2006. – 256 с.

УДк 911.3:32: 323.1:327.5

Сливка Р.Р.

ВПЛИВ МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТІВ НА ГЕОПОЛІТИЧНЕ ПОЛОЖЕННЯ УКРАЇНИ

В статті розглянуто вплив міжнародних конфліктів на геополітичне положення України. Запропоновано визначення поняття “геоконфліктне положення держави”. Здійснено оцінку геоконфліктного положення України на трьох рівнях: глобальному, регіональному та сусідському.

Influence of international clashes on the geopolitics location of Ukraine is analyzed in the paper. The term of “ Geoclash Location of the State” is proposed for scientific use. Geoclash

Постановка проблеми. Україні доводиться зустрічатися із викликами, які є новими для її політичної еліти: із новими невизнаними державами, перманентно триваючими сепаратистськими процесами, асиметричними загрозами у вигляді тероризму і міжнародної злочинності, трансформацією безпекової ролі ООН, НАТО, ОБСЄ і ЄС. Держава повинна виробити власне відношення до міжнародних політико-територіальних конфліктів, які напругу чи опосередковано зачіпають питання її суверенітету.

Актуальність проблеми полягає у тому, що у вітчизняній географічній науці відчувається нестача спеціальних досліджень, які б обґрунтували геоконфліктне положення України.

Аналіз вітчизняних публікацій і досліджень в галузі конфліктології засвідчує значне зростання інтересу до проблеми політико-територіальних конфліктів. Підвалини для становлення цього географічного напрямку заклали О.Шаблій (розробка принципу україноцентризму при визначенні ПГП і ГПП України) [5], М.Багров (розробка концепції збалансованої регіональної політики Криму) [1], М.Дністрянський (типологія конфліктів та критичний аналіз зарубіжних геополітичних доктрин, обґрунтування основ конструктивної зрівноваженої геополітики) [3,4]. Важливий внеском у розвиток сучасної геоконфліктології є публікації Ю.Стащука [6], О.Бойко, Д.Ніколаєнко [2] та ін.

На нашу думку, в українській публіцистиці і навіть науковій думці склався в цілому ідеалістичний підхід до оцінки геополітичного положення держави. Ідеологічна і світоглядна функції геополітики і політичної географії проявляється у популяризації ідеї про унікальність положення України. Цей постулат незаперечний з точки зору наукової логіки, оскільки будь-який об'єкт політичної карти світу характеризується унікальним ГПП. Однак цю характеристику плутають із поняттям «вигідність». Неврахування «невигідних» сторін ГПП призводить до неправильної оцінки і міфологізації місця України в світі. Це не дає можливості вчасно реагувати на нагальні загрози національній безпеці і створює ілюзію комфортного міжнародного середовища.

Заклик О.Шаблія [7] про необхідність розвитку україноцентричного підходу в географічних дослідженнях повністю відповідає потребам сучасної реалістичної політико-географічної аналітики. В центрі аналізу знаходиться держава. Її потенціал має проектуватися назовні. Натомість методологічна помилка українських вчених і аналітиків полягає у намаганні дивитися на положення України крізь призму іноземних американських, російських, французьких, британських та ін. концепцій. Ці ідеї популяризуються ЗМІ, викладаються у підручниках для середніх і вищих навчальних закладів і стають в результаті частиною світогляду українців. Однак слід врахувати, що суверенна держава є повноцінним суб'єктом міжнародних відносин і у випадку позаблокового статусу повинна самостійно відповідати за конструювання власного міжнародного середовища. Цілком зрозуміло, що в європоцентричних, російськоцентричних, американоцентричних та інших концепціях наша держава завідомо відіграватиме роль периферії.

Наше завдання полягає у актуалізації геоконфліктного підходу при

визначенні геополітичного положення України.

Мета даної статті полягає у визначенні геоконфліктного положення України станом на початок ХХІ ст.

Виклад основного матеріалу. Отже, пропонуємо ввести у науковий обіг поняття геоконфліктне положення України. *Геоконфліктне положення держави – це відношення суверенного суб'єкта міжнародних відносин до осередків конфліктів, які мають, або можуть мати вплив на його політичну систему та інтереси у світі.*

У сучасній політичній географії однією з ключових наукових проблем є вивчення здатності малих держав у повному обсязі забезпечувати власний суверенітет. Це стосується, на наш погляд, і проблеми гарантування власного суверенітету молодими незалежними державами (для прикладу Україною). Держави Балтії вирішили цю проблему шляхом інтеграції у європейські і євроатлантичні структури. Україна цього не зробила, тому в найближчому майбутньому повинна розраховувати на самостійне вирішення конфліктів, які зачіпають її інтереси.

Розглянемо геоконфліктне положення держави на трьох головних рівнях: глобальному, регіональному і сусідському. При цьому виникають певні логічні пастки. Одна з них – це неможливість точного визначення глобального положення. ГПП держави передбачає не тільки визначення співвідношення України з політичними суб'єктами, які впливають на неї, але і вплив самої держави на ці даності. Проблема полягає в тому, що середньовелика держава, якою є Україна має дуже обмежені можливості для впливу на світову політичну систему.

Слід розуміти, що ГПП залежить не тільки від зовнішнього оточення, але й внутрішнього потенціалу держави, і що важливо, здатності ним скористатися. Як справедливо доводить З.Бжезінський, роль України як «геополітичної осі» Євразії є здебільшого пасивною. Втягування зовнішніми глобальними потугами нашої держави у альянси з Росією чи Заходом може вплинути на геополітичну ситуацію у світі. Однак зараз спостерігаємо погано приховане небажання Заходу (особливо нової адміністрації США, а також урядових кіл Франції і Німеччини) боротися за включення України у свою сферу інтересів з однієї сторони, з іншої сторони – на бажання, але відсутність реальних можливостей це зробити Росією.

Наша країна поступово відходить від стану геополітичної ейфорії, притаманного для 1990-х рр. Тоді широко пропагувалась ідея демографічної, територіальної, військової, економічної, науково-технічної, духовної могутності нашої держави. Однак, депопуляція, яка почалася в 1993 р. перетворила Україну у лідера за темпами скорочення населення у світі. Військова могутність відчутно зменшилась після добровільного скорочення ядерних та звичайних видів наступальних озброєнь, а також недостатнього фінансування потреб армії. Економічна могутність була підірвана тривалою кризою перехідного періоду кінця ХХ ст. Сьогодні макроекономічні показники України балансують на межі між середньорозвиненими і країнами, що розвиваються. Більшість авангардних галузей української промисловості залишились у кращому випадку на рівні розвитку 90-х рр. ХХ ст. НТП сповільнений відсутністю стимулів для вітчизняної науки і відтоком

висококваліфікованих вчених та їх розробок закордон. Після короткого духовного піднесення громадян України у роки становлення незалежності та короткочасного вибуху національного ентузіазму під час Помаранчевої революції 2004-2005 рр. відбувається посилення песимістичних настроїв у суспільстві, яке не довіряє політичній еліті України. Мобілізаційний потенціал українців скорочується браком довіри до її декларацій і дій. Побудова соціально-орієнтованої моделі економіки відкладається на невизначене майбутнє. Внутрішні негаразди посилюють дестабілізуючий вплив на відносини України з державами світу. Заблоковано інтеграцію України в НАТО на Бухарестському саміті Альянсу. Відкладається підписання угоди про Асоціацію з ЄС із грудня 2009 р. на пізніший термін. Україні із величезними труднощами і дорогою ціною доводиться гарантувати рівноправні відносини з Росією.

Популярна у XXI ст. теза С.Хантінгтона про унікальне міжцивілізаційне положення України насправді не є повністю справедливою, оскільки релігійний критерій у випадку Європи є недостатнім для цивілізаційної ідентифікації держави. Низка православних країн Європи успішно інтегрувалися до євроатлантичних і європейських структур (Греція, Кіпр, Болгарія, Румунія). Щодо західної європейської цивілізації, то вона представлена в державі асиметрично мало, порівняно із православно-атеїстичною більшістю України. Греко-католицька церква переважає тільки у Галичині і Закарпатті – двох невеликих за територією і чисельністю населення історико-географічних регіонах. До того ж тут вона не має монопольного положення і сакральна карта зазначених регіонів представлена значною кількістю православних і протестантських громад різних конфесій. До того ж у Закарпатті помітно посилюється вплив Православної церкви МП. Західноукраїнські Буковина і Волинь є переважно православними регіонами. Слід врахувати процес поширення неохристиянських течій західного походження у Центральних і Південно-Східних регіонах України.

Отже, на глобальному рівні наша держава втратила більшість позицій, які б дали можливість ідентифікувати її з регіональними центрами сили світу. Все що залишилось у розпорядженні нашої дипломатії – це Будапештські угоди про гарантування безпеки України ядерними державами, відносини стратегічного партнерства із США і приязні стосунки з Великою Британією, які мають, як показала сучасна історія, нерівноправний характер і в багатьох випадках не на користь нашої держави. Для лідерів світових держав Україна є незручним союзником через призму відносин у чотирикутнику США-ЄС-Росія-Китай. Нажаль, фіксуємо *маргіналізацію* глобального геополітичного положення України, тобто зниження рівня вигідності її глобального позиціонування з умовного рівня «ядерна середньорозвинута індустріально-аграрна пострадянська держава» до рівня «позаблокова без'ядерна середньорозвинута індустріально-аграрна держава-буфер». Якщо умовно прийняти країни-члени Ради Безпеки і «Великої вісімки» за рівнем ваги у міжнародних відносинах до першої категорії держав, а країни «Великої двадцятки» та Іран – до другої категорії, то Україна у глобальній системі геополітичної рівноваги сприймається як гравець третьої категорії за потенціалом свого впливу.

Цей вплив обмежується регіональним виміром. Геополітичний потенціал України сьогодні «проектується» на декілька невеликих країн чорноморського, закавказького регіону, зокрема – Молдову, Грузію, Азербайджан. Скорочення ваги і присутності України у глобальних міжнародних відносинах компенсована зростанням ваги регіонального ГПП держави. Успіхи пов'язані із зовнішньополітичною і зовнішньоекономічною активністю початку ХХІ ст. і підтримкою такої політики з боку стратегічних союзників – США і Польщі. Україні вдалося закріпитися у ролі активного миротворця у балканському регіоні. ЄС покладає значні надії на стабілізуючий вплив України на придністровський конфлікт і демократичні процеси у Молдові і Білорусі. Наша держава стала своєрідним гарантом економічної стабілізації Грузії завдяки переорієнтації експортно-імпортних потоків з Росії. Україна мирним шляхом у судовому порядку вирішила територіальну суперечку з Румунією щодо о.Зміїний та континентального шельфу у Чорному морі. На зовнішньополітичні провокації румунських політиків (з підбурюванням сепаратистських настроїв у Буковині і Південній Бесарабії, звинуваченнями України у сприянні екологічній катастрофі у дельті р.Дунай) наша держава відповідає з гідністю середньовеликої держави, активно захищаючи і проводячи свої національні інтереси.

Геополітична позиція України як регіональної держави інституціоналізована у геополітичному проекті ГУАМ, «Спільноті демократичного вибору», а також у якості визнаного ЄС лідера політики Східного партнерства. Ключовою є роль України у енергетичній політиці ЄС завдяки транзитному потенціалу вітчизняної газотранспортної системи. Можливості для втілення регіональних ініціатив Україна має завдяки членству у організаціях: Рада Європи, ОБСЄ, ЧЕС, СНД і Центральноевропейська Ініціатива.

Україна довела свою спроможність вирішувати цілком конкретні геополітичні завдання, які стосуються безпекової ситуації в регіоні. Всі визнають, що нестабільність в Україні може вплинути на стан регіональної безпеки у Європі. Європейські держави зацікавлені у гарантуванні стабільного розвитку нашої держави (Росія, Польща, Велика Британія, Франція, Німеччина, Італія, Туреччина). Україна повинна повсякчас акцентувати на цьому аспекті її геополітичного положення. Необхідно отримувати максимум зовнішньополітичних дивідендів від у цілому не вигідного, як засвідчила європейська історія міжвоєнного періоду, геополітичного положення буферної держави (між Росією і євроатлантичним блоком). На регіональному рівні наша держава повинна уникати статусу «розмінної карти» у зовнішньополітичних відносинах США-ЄС-Росія-Китай. Це можливо реалізувати за рахунок включення у такі договірно-правові, економічні, безпекові системи, які виключають можливість ігнорування українського чинника.

Для підсилення регіонального ГПП ми пропонуємо: 1) Посилення участі у міжнародних миротворчих місіях і військових контингентах під егідою ООН з метою подальшого утвердження міжнародного статусу неупередженої країни-арбітра (використати досвід Швеції і Норвегії). 2) Домогтися від НАТО статусу політичного, але не військового члена Альянсу (на зразок

Франції). 3) Домогтися від ЄС привілейованого асоційованого статусу у відносинах за допомогою інтеграції у Спільний ринок на умовах держав ЄАВТ і відміни візового режиму для громадян України без форсованого набуття політичного членства (для того, щоб не провокувати прогнозовану «автоматичну» опозицію Росії, Франції і Німеччини). 4) Максимум зусиль (дипломатичних, економічних, культурних) щодо створення міжнародної атмосфери добросусідства з Росією і Румунією в рамках регіональних міжнародних організацій. 5) Цілеспрямоване і постійне генерування інформаційних приводів у європейських ЗМІ щодо реального стану українсько-російських і українсько-румунських відносин. 6) На регіональному панєвропейському рівні запровадження постійних політичних консультацій середньовеликих держав, інтереси яких несуперечливі: Туреччини-України-Швеції-Польщі-Великобританії із включенням у цю систему балтійських держав, держав-членів ГУАМ і Білорусії. 7) Нейтралізувати німецько-французьке блокування українських зовнішньополітичних ініціатив, чітко і публічно засуджуючи упередженість позицію цього геополітичного дуету європейської політики щодо статусу України. 8) Постійно посилювати транзитний потенціал щодо світових потоків енергоносіїв і товарів на зразок Туреччини і Румунії. 9) Втілювати політику «відкритих дверей» щодо міжнародного капіталу і одночасно експортувати вітчизняний капітал у суміжні. 10) Гарантувати політичні і культурні права українців закордоном і посилювати політичний та інформаційний вплив на десятимільйонну діаспору. 11) Поширити через європейські міжнародні інститути провідну і аргументовану думку – Україна єдиний неупереджений і легітимний гарант безпеки в Криму.

Щодо сусідського геоконфліктного положення, то воно зазнало найбільшої трансформації за останні 17 років. До найбільш суттєвих змін слід віднести делімітацію і демаркацію значної частини кордонів держави, окрім ділянки в Азовському морі і Керченській затоці. Це дало можливість зняти напруженість відносин з більшістю сусідів. Вздовж південно-західних кордонів України з'явилися два нових наднаціональних суб'єкти міжнародних відносин (ЄС і НАТО) замість чотирьох (Румунія, Угорщина, Словаччина, Польща), натомість вздовж північно-східних кордонів з'явився новий військовий союз на чолі з Росією в рамках Ташкентського договору, що звузило можливість геостратегічного маневрування і перетворило Україну у буферну державу між Заходом і Сходом. Реалізовано концепцію стратегічного партнерства із сусідніми Польщею і Росією (з останньою тільки у період 1997-2004 рр.), що дало Україні можливість в основному зняти з порядку денного питання про польсько-українські конфлікти і конфлікт з Росією щодо статусу ЧФ. Часткове відновлення геополітичного статусу, авторитаризму і унітаризму в Росії з однієї сторони, а з іншої – посилення демократичних і прозахідних тенденцій в Україні призвели до погіршення українсько-російських відносин, «газових» війн і навіть загострення територіальних претензій. Новою реальністю міжнародних відносин де-факто стали невизнані самопроголошені країн у безпосередній близькості від України (Придністров'я, Абхазія, Південна Осетія, Нагірний Карабах). Вони, як і у випадку Тайваню, Турецької Республіки Північного Кіпру, сомалійських

республік претендують на статус заморожених конфліктних зон світу. Територіальні претензії з боку Росії щодо м.Севастополь і Криму, а також щодо акваторій Азовського і Чорного морів можуть вилитися у грузинський і придністровський сепаратистські сценарії, оскільки прецеденти відторгнення Косово від Сербії, Абхазії і Південної Осетії від Грузії, Нагірного Карабаху від Азербайджану були успішно реалізовані і отримали фактичну підтримку провідних держав Європи у формі потураючої бездіяльності (за схемою «визнання Косово у обмін на визнання Абхазії і Південної Осетії»).

Консервування авторитарної ізоляціоністської моделі розвитку у Білорусії, а також посилення ісламістів у Туреччині під впливом невдач цих країни на шляху демократизації і європейської інтеграції з однієї сторони негативно впливає на Україну, з іншої – створює додаткові можливості для блокування з цими державами для спільного відстоювання своїх інтересів перед натиском французько-німецького геополітичного дуєту і Росії. До суттєвих загроз слід віднести і визнання країнами-сусідами (Словаччиною, Угорщиною і Польщею) русинського етносу на своїй території, що впливає на сепаратистські настрої у частини мешканців Закарпаття, які характеризуються яскраво вираженою проросійською орієнтацією.

Висновки та рекомендації. Отже, аналіз геоконфліктного положення України на глобальному, регіональному і сусідському рівнях засвідчує, що наша держава повинна спрямувати свої обмежені ресурси на вирішення першочергових проблем регіонального і сусідського рівнів. Намагання балансувати і йти серединним шляхом у відносинах між Заходом і Росією не є ефективним, оскільки завжди буде призводити до звинувачень у непослідовності і Заходом, і Росією. Слід більше уваги приділити внутрішній консолідації суспільства і остаточному усвідомленню свого місця і значення у світі, донести у повному обсязі українську точку зору глобальній спільноті. Цій меті слугуватиме подальше вивчення і розробка проблематики геоконфліктного положення України у світі.

- 1.Багров Н. Региональная политика устойчивого развития /Николай Багров. – К.: Лыбидь, 2002. – 256 с.
2. Бойко О.С., Д.В.Николаенко Эволюция конфликтов и картографическое обеспечение делимитации государственных границ в Мировом океане / О.С.Бойко, Д.В.Николаенко // Проблеми розвитку прикордонних територій та їх участі в інтеграційних процесах: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., Луцьк, 15-16 жовтня 2009 р. / [За ред. В.Й. Лажніка і С.В.Федонюка]. – Луцьк: Волин. нац.ун-т ім. Лесі Українки, 2009. – С.53-56.
- 3.Дністрянський М. Геополітичні доктрини і підходи: критичний аналіз методології. / Мирослав Дністрянський. – Львів:ВЦ ЛНУ ім. І.Франка, 2003. – 114 с.
4. Дністрянський М. Етнополітична географія України: проблеми теорії, методології, практики. / Мирослав Дністрянський. – Львів: ВЦ ЛНУ ім.І.Франка, 2007. – 490 с.
- 5.Соціально-економічна географія України: Навч. посібник / Олег Іванович Шаблій, Михайло Іллєч Гонак, Богдан Іванович Заставецький та ін. / [За ред. проф.Шаблія О.І.] – Львів: Світ, 1994. – 608 с.
- 6.Стащук Ю.В. Прикордонні конфліктні ситуації як негативний фактор розвитку прикордонних територій і транскордонного співробітництва / Ю.В.Стащук // Проблеми розвитку прикордонних територій та їх участі в інтеграційних процесах: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф., Луцьк, 15-16 жовтня 2009 р. / [За ред. В.Й. Лажніка і С.В.Федонюка]. – Луцьк: Волин. нац.ун-т ім. Лесі Українки, 2009. – С.44-46.
7. Шаблій О.І. Імператив україноцентризму в національній суспільній географії // Олег Іванович Шаблій // Географія в інформаційному суспільстві. Зб. наук. праць. У 4-х тт. –К.: ВГЛ Обрії, 2008. – Т.ІІ. – С.3-5.

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ ПІДХІД У ВИРІШЕННІ ГЕОЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ ГЕОПЛАНУВАЛЬНОЇ ПАРАДИГМИ

В статті на основі вивчення наявного досвіду вирішення геоecологічних проблем в процесі управління територіальним розвитком обґрунтовано необхідність переходу від галузевих підходів щодо підтримання геоecологічної рівноваги до територіальних моделей розробки і вирішення геоecологічних проблем.

In article on base of the study of the available experience of the decision geoecological problems in process of management territorial development is motivated need of the transition from branch approach for maintenances geoecological balance to territorial model of the development and decisions of the ecological problems.

Актуальність. На сучасному етапі суспільних перетворень відбувається перенесення «центру тяжіння» в рішенні багатьох завдань з державного на регіональний і локальний (місцевий) рівень, значно зростає роль окремих територій та територіальних громад у здійсненні узгоджених дій державних органів і органів місцевого самоврядування, реалізації соціальних прав і гарантій населення. Зауважимо, що суспільство в цілому, або конкретна територіальна громада у системі «суспільство-природа» виступає як підсистема, яка реально або потенційно керує всією системою в цілому. Таке розуміння ролі людства дає змогу говорити не просто про можливість управління геоecологічними питаннями а про необхідність цілеспрямованого їх вирішення, перш за все засобами територіального планування. У вітчизняній господарській практиці галузеве, централізовано-відомче планування та управління традиційно було пріоритетним, а територіальні аспекти суспільного розвитку розглядались як другорядні. Тим не менш, загострення багатьох протиріч у системі відносин між суспільством і природою свідчать про нагальну потребу у зміні пріоритетів.

Аналіз останніх публікацій. Питанням територіального планування присвячена значна кількість робіт в галузі містобудування і районної планіровки (районного планування), географії, регіоналістики, урбаністики, ландшафтної архітектури тощо. Серед тих, хто закладав концептуальні засади цього важливого науково-практичного напрямку М. Колосовський, М. Баранський, Є. Перцик, Ф. Лістенгурт, Г. Лаппо, Д. Богорад, В. Давидович, А. Ізраїлевич, В. Нудельман та багато інших фахівців. Значний внесок у розвиток теорії та практики регіонального планування здійснили архітектори-урбаністи В. Владіміров, І. Фомін, Ю. Білоконь тощо. Теоретичні та практичні надбання, отримані за період розробки регіональних проектів у період 50-х - 80-х рр. минулого століття, становлять важливий фундамент для здійснення сучасного планування. Разом із тим, набуття Україною незалежності вимагає перегляду концепції його здійснення, оскільки попередня нормативно-методична база, яка формувалася в умовах існування

СРСР, ґрунтувалася на засадах планово-регульованої економіки. Більшість сучасних дослідників питань територіального планування [6, 10, 13], територіального менеджменту [3], геоекологічної експертизи [11], ландшафтного планування [1, 7], оптимізації територіальної організації природокористування [5, 12] акцентують необхідність переходу до територіальних моделей вирішення геоекологічних проблем і завдань, пов'язаних за збереженням еколого-соціально-економічної рівноваги.

Метою даного дослідження є обґрунтування необхідності переходу від галузевих підходів щодо підтримання геоекологічної рівноваги до територіальних моделей розробки і вирішення геоекологічних проблем. Ключовими *завданнями* при цьому стали:

- вивчення вітчизняного досвіду щодо вирішення завдань охорони природи в процесі територіального планування;
- аналітичний огляд сучасних підходів щодо вирішення геоекологічних питань в територіальних схемах та планах, оціночних дослідженнях.

Виклад основного матеріалу. У СРСР управління територіальним плануванням здійснювалось централізовано, містобудування та районна планіровка (на перших етапах якої об'єктами були не території адміністративних одиниць, а промислові зони, райони, урбанізовані ареали) регулювалися системою регламентуючих документів (будівельні норми та різні інструкції), які забезпечували перш за все необхідну систему організації життя населення, умови життєдіяльності міст і поселень, просторову організацію населених місць. Як справедливо відзначено у роботі [6, с. 36] в радянських умовах ідеї раціонального підходу, які служили на Заході орієнтирами містобудування, стали засобами раціоналізації єдиного державного підходу. Командно-адміністративна система породила складно організовану, деталізовану за багатьма позиціями систему територіального планування, в якій домінував галузевий підхід. Особливо яскраво це проявлялось під час вирішення геоекологічних проблем і охорони навколишнього середовища засобами територіального планування.

У схемах та проектах районного планування (або планіровки) на всіх територіальних рівнях розділ «Охорона навколишнього середовища» був незамінним та обов'язковим [4, с.16-17], разом з тим, заходи з охорони довкілля, раціонального використання різноманітних ресурсів території розглядалися в галузевому контексті. Так, до основних екологічних завдань при проектуванні та плануванні було віднесено:

- захист повітряного басейну від забруднення при розміщенні промисловості;
- охорона водного басейну, ґрунтово-рослинного покриву, тваринного світу;
- покращення санітарно-епідеміологічного становища;
- охорона пам'яток історії і матеріальної культури;
- створення системи територій, що підлягають особливій охороні;
- складання комплексної схеми охорони навколишнього середовища району.

Зауважимо, що, як правило, своє вирішення ці завдання знаходили в розрізі конкретних міністерств і відомств, не маючи відображення на рівні

розробки і впровадження моделей раціональної територіальної організації природокористування в системі «природа-суспільство», розроблених в контексті ідей еколого-соціально-економічної рівноваги. Зазначимо, що наслідки такого галузевого підходу спостерігаємо і зараз, коли, наприклад, маємо перелік об'єктів екологічної експертизи, до якого не включено території адміністративних регіонів як можливий та необхідний об'єкт експертизи.

Класик робіт з районного планування Є.Н. Перцик відмічає [10, с. 18], що в роботах з районного планування одним з основних недоліків виступає відомчий характер будівництва та проектування, що призводив до зневаги з боку відомств до важливості комплексних рішень щодо організації території, зміщення на другий план екологічних завдань, бажання досягати вузькогалузових цілей виходячи з кон'юнктурних роздумів на противагу комплексним рішенням. Цей же автор визначає кінцевий результат районного планування як раціональний розподіл території за видами використання (функціональне зонування).

Підкреслимо, що географи протягом тривалого часу активно працюють над моделями раціональної територіальної організації систем «природа-населення-господарство». Так, модель поляризованого ландшафту, розроблену Б.Б. Родоманом у 1970-х рр. [9] можна справедливо вважати однією з перших спроб віднайти способи територіального поєднання різних галузей господарства і, власне, здійснити функціональне зонування території. Ця модель була модифікована і деталізована О.Г. Топчієвим (1996) у модель раціональної територіальної організації природокористування [12], але з огляду на певні соціально-економічні та, що не менш важливо, ментальні особливості сучасного етапу розвитку українського суспільства, такі моделі і досі не знаходять свого достатнього відображення у практичній діяльності з організації та планування територій регіонів.

Цікавим є той факт, що у перехідних, кризових умовах існування суспільства, в моменти певної біфуркації розвитку, різко зростає значення суспільної свідомості, в тому числі екологічної, у визначення подальших шляхів еволюції суспільства. Незважаючи на нерозробленість термінології та методики вивчення такого віртуального об'єкту як екологічна свідомість, його значення вже не викликає сумнівів. Як відзначає О.Д. Арманд [2], суб'єктивний, ментальний момент необхідно вважати реальним і при цьому суттєвим фактором взаємовідносин в системі «природа - суспільство». Разом з тим, О.П. Литовка та ін. [8] вказують на інерційність господарського мислення, яка формується у стійкому середовищі як результат впливу умов довкілля на доцільність використання збалансованих підходів до організації та управління регіоном. Таке акцентування проблематики врахування ментального фактору природокористування зумовлює необхідність зважати на ментальні особливості і стан сформованості екологічної свідомості окремих регіонів під час територіального планування.

Сучасні посібники з територіального управління, планування (Боков, Тимченко, Черваньов, Рудик, 2005) та геоecологічної експертизи (Позаченюк, Панкєєва, 2008) акцентують необхідність впровадження підходів до охорони навколишнього середовища і вирішення геоекологічних проблем під час

територіального планування на регіональному рівні з позицій раціональної територіальної організації природокористування і в контексті ідей еколого-соціально-економічної рівноваги. Так, у роботі [11, с. 11] обґрунтовано доцільність та необхідність впровадження геоекологічної експертизи адміністративних територій поряд з екологічною експертизою законодавчо закріплених об'єктів (ст. 14 Закону України «Про екологічну експертизу»).

В.О. Боков та ін. [3, с. 136-137] пропонують формувати плани територіальної організації, в результаті впровадження б яких підтримувався динамічний баланс різноякісних екологічних (у тому числі агро- і урбопідсистем), господарських і соціальних (демографічних, культурних, інформаційних, наукових) підсистем, що забезпечує:

- екологічну рівновагу (наявність потенціального самовідновлення, збереження здатності до стійкості екосистем та ландшафтів);
- соціальну стабільність;
- економічну стійкість (забезпечення соціально та фізіологічно необхідного рівня життя, безпеки і незалежності країни).

Певною суспільно-географічною модифікацією ідеї еколого-соціально-економічної рівноваги (яка, нагадаємо, має бути в основі всіх територіальних планів, схем, проектів) можна вважати сформульований закон про єдиний еколого-економічний простір різноманітності [8, с. 72], згідно з яким необхідне біосферо сумісне різноманіття елементів, з яких складається система, причому еколого-економічні відношення і зв'язки між ними мають відповідати принципам збалансованого розвитку та стійкого стану, що формують внутрішньо системний процес динамічної рівноваги.

Отже, можна об'єктивно стверджувати, що у вітчизняній науці (як і в цілому на пострадянському просторі зі «спадком» адміністративно-командних методів планування) відбувається пошук можливостей *переходу від галузевих підходів щодо підтримання геоекологічної рівноваги до територіальних моделей* розробки і вирішення геоекологічних проблем. Наведені вище приклади свідчать про те, що практика регіонального управління та планування в Україні впритул підійшла до необхідності оцінки, аналізу та планування регіонів як цілісних «управлінських» природно-господарських територіальних систем.

Пошук методології, методики та інструментарію раціональної територіальної організації регіонів відображається у численних розробках в галузях географії, районного планування, містобудування й землевпорядкування. В межах прикладної географії чітко окреслюється геопланувальна парадигма (Топчієв О.Г., 2008). Акцентується [13], що саме геопланування дозволить обґрунтувати раціональну територіальну організацію в контексті забезпечення екологічної збалансованості території і виконання життєво необхідних виробничих функцій і, як наслідок, сприятиме підвищенню якості життя в регіоні.

Складові частини територіального планування були розроблені в різних галузях, що викликало відсутність загальновизнаної теоретичної бази й породило термінологічний різнобій. Так, в останні роки ХХ ст. у російській географічній літературі стало з'являтися поняття германського походження - ландшафтне планування. Зазначена вище термінологічна невизначеність

зумовила використання поняття «ландшафтне планування» як узагальнюючого та певною мірою підсумкового етапу планування територій. Основні результати співпраці по російсько-германському проекту ландшафтного планування були викладені у численних статтях, монографіях, посібниках (наприклад, [1, 7]), виступах на конференціях тощо. Разом з тим не можна не визнати справедливості критики, яка присутня в окремих сучасних наукових публікаціях (Ісаченко А.Г., 2008) з приводу перенесення германської моделі ландшафтного планування на російські реалії. В публікації досить категорично стверджується [5, с. 12], що «...в целом ландшафтное планирование может быть охарактеризовано как преимущественно отраслевое по общему подходу и камерально-компилятивное – по методике».

Зауважимо, що ландшафтне планування визнане перш за все засобом екологічної організації території, а його базовою конструкцією особливо на макрорегіональному (адміністративна область) і мезорегіональному (адміністративний район) рівні є екологічний каркас території. Нам вважається, що у цьому змісті ландшафтний план безумовно є досить корисним інструментом забезпечення стабільності розвитку території регіону, але погодимось, що разом з тим він не дає можливостей в достатньо повному обсязі вирішити такі питання:

- планування ключової складової суспільної життєдіяльності – соціального каркасу регіону - "живого" економічного простору;
- планування рекреаційного і туристичного освоєння регіону як засобу реабілітації і консервації системи розселення депресивних районів;
- можливості трансформації регіональної мережі природно-заповідного фонду до середовищестабілізуючого природно-ландшафтного каркасу території;
- можливості легітимної операції регіональної діагностики території як однієї з базових процедур регіонального геопланування;
- надати можливості узгодити у рамках єдиної методики географічні, соціальні й соціобіологічні (біогеографічні) принципи геопланування.

Разом з тим акцентуємо, що інструментарій ландшафтного планування і ландшафтні принципи організації в окремих випадках (перш за все під час територіальної організації сільської місцевості) є найдоцільнішим способом раціональної територіальної організації регіону.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На сучасному етапі розвитку теорії, методології і методики суспільно-географічної науки можливим і необхідним є перехід від галузевих підходів щодо підтримання геоекологічної рівноваги до територіальних моделей розробки і вирішення геоекологічних проблем. Практика регіонального управління та планування в Україні впритул підійшла до необхідності оцінки, аналізу та планування регіонів як цілісних «управлінських» природно-господарських територіальних систем. Геопланування як комплексне територіальне планування регіонів на засадах ідей еколого-соціально-економічної рівноваги здатне вирішити більшість завдань щодо формування раціональної територіальної організації природокористування в системі «природа-суспільство». В перспективі, до предметного поля геопланування і найбільш актуальних напрямків науково-практичних розробок на регіональному рівні

можна віднести:

- 1) систематизацію функціональних типів використання просторових, природних, трудових, виробничих ресурсів регіону, здійснення прогнозу розвитку цих складових суспільно-територіального комплексу області;
- 2) аналіз геопросторових відмінностей регіонів за специфічними поєднаннями видів економічної діяльності, ресурсними, демографічно-розселенськими ознаками та обґрунтування на цій основі схем раціонального поєднання всіх видів господарської діяльності;
- 3) оцінка загального рівня антропогенно-техногенних навантажень на природну підсистему регіону, представлення каркасу антропогенно-техногенних навантажень на територію, обґрунтування напрямків і методів зменшення антропогенно-техногенних навантажень;
- 4) обґрунтування природного каркасу екологічної безпеки у вигляді проектних карт-схем екологічної мережі на регіональному рівні.

Звичайно ж, це лише незначний перелік науково-практичних завдань геопланування як особливо актуального та необхідного напрямку діяльності географів, але, на нашу думку, їх практична реалізація повинна не тільки покращити умови існування людства на певній території, а й підвищити конструктивне значення географії, суспільної у тому числі.

1. Антипов А. Н. Ландшафтное планирование как инструмент управления природопользованием (на примере Байкальского региона) / А. Н. Антипов, Ю. М. Семенов // Известия РАН. Серия географическая. – 2006. – №5. – С. 82-91. 2. Арманд А. Д. Ментальность как фактор природопользования / А. Д. Арманд // Известия РАН. Серия географическая. – 2007. – №1. – С. 24-27. 3. Боков В. А. Пространственно-временной анализ в территориальном менеджменте. Часть 1. Учеб. пособие / [Боков В. А., Тимченко И. Е., Черванев И. Г., Рудык А. Н.]. – Симферополь: СПД Барановский А. Э., 2005. – 184 с. 4. Владимиров В. В. Рациональное использование территории и охрана окружающей среды в районной планировке / В. В. Владимиров. – М.: Знание, 1979. – 32 с. 5. Исаченко А. Г. Природопользование, ландшафтоведение и ландшафтное планирование / А. Г. Исаченко // Известия Русского географического общества. – 2008. – Т.140. – Вып. 3. – С. 1-15. 6. Кузнецов С. Г. Територіальне планування і розвиток міст / С. Г. Кузнецов, І. І. Ананян, Л. М. Богак. – Донецьк: Норд-Прес, 2008. – 335 с. 7. Ландшафтное планирование: принципы, методы, европейский и российский опыт / Ред. - составит. А.Н. Антипов, А.В. Дроздов. – Иркутск: Изд-во Института географии СО РАН, 2002. – 141 с. 8. Литовка О. П. Экологическая неопределенность региональной экономики при заложении сбалансированных форм развития природно-антропогенных систем / О. П. Литовка, Л. А. Дедов, К. В. Павлов, М. М. Федоров // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 7. Геология. География. – 2005. – Вып. 1. – С. 64-74. 9. Родоман Б. Б. Поляризация ландшафта как средство сохранения биосферы и рекреационных ресурсов / Б. Б. Родоман // Ресурсы, среда, расселение. Сб. науч. трудов. – М.: Наука, 1974. – С. 150–162. 10. Перчик Е. Н. Районная планировка (территориальное планирование): учеб. пособие для студ. вузов / Евгений Перчик. – М.: Гардарики, 2006. – 398 с. 11. Позаченюк Е. А. Геоэкологическая экспертиза административных территорий. Большой Севастополь / Е. А. Позаченюк, Т. В. Панкеева. – Симферополь: Бизнес-Информ, 2008. – 296 с. 12. Топчієв О. Г. Екологічна безпека і раціональна територіальна організація суспільства / О. Г. Топчієв // Український географічний журнал. – 1993. - №2. – С. 3-8. 13. Топчієв О. Г. Планування території – сучасний напрям конструктивної географії / О. Г. Топчієв // Український географічний журнал. – 2008. - №1. – С. 54-57.

УДК 911.3: 339.9

Білоус А.В.

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ

СФЕРИ

В статті «Суспільно-географічні дослідження інформаційної сфери» систематизовано основні вітчизняні напрями дослідження інформаційної сфери, яка поєднує виробництво, обробку, зберігання і розповсюдження інформації і знань.

В статье «Общественно-географические исследования информационной сферы» систематизировано основные отечественные направления исследований информационной сферы, которая включает создание, обработку, хранение и распространение информации и знаний.

The article "Socio-geographical researches of the information sphere" contains systematization of the major directions of domestic researches of the information sphere, which includes production, storage, processing and dissemination of information and knowledge.

Постановка проблеми. В даний час не існує єдиного визначення терміна «інформація». З точки зору різних областей знання, дане поняття описується своїм специфічним набором ознак. Саме тому, що інформаційна сфера є надзвичайно багатогранною, досліджувати і розглядати її можна з різних боків. Метою даної статті є спроба систематизації основних вітчизняних напрямів досліджень інформаційної сфери.

Вступ. Постіндустріальне суспільство характеризується зростанням долі інформаційних та комунікаційних технологій, посилюється вплив транскордонних каналів комунікації, формується глобальна інформаційна інфраструктура. Значення інформації у багатьох сферах життєдіяльності людини стрімко зростає. Тому надзвичайно важливими стають дослідження інформаційної сфери – сфери виробництва, обробки, зберігання і розповсюдження інформації і знань, представленої сукупністю інформації, інформаційної інфраструктури, суб'єктів, що здійснюють збір, формування, розповсюдження і використання інформації, а також системи регулювання виникаючих при цьому суспільних відносин.

Виклад основного матеріалу. Наукові дослідження інформаційної сфери на сьогоднішній день ведуться, насамперед, в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, Національній академії наук України, Інституті масової інформації, Українському інституті науково-технічної і економічної інформації.

Кафедру міжнародної інформації інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка було засновано в червні 1993 року професором В.П. Гондюлом, який зробив вагомий внесок у розвиток спеціальності «Міжнародна інформація». На кафедрі склалася оригінальна наукова школа досліджень інформаційної парадигми глобального розвитку та міжнародних відносин. З 2002 року на кафедрі активно працює науковий підрозділ, де в рамках теми “Міжнародні правові, політичні та економічні засади розвитку України” наукові співробітники досліджували проблему «Інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньополітичних інтересів України» (керівник підрозділу – проф. Є.А. Макаренко). З 2006 по 2008 рік в рамках наукової теми «Інтеграція України в європейські правові, політичні та економічні системи» науковий підрозділ досліджував проблеми інтеграції України в європейський інформаційний простір. Результати наукових досліджень втілено у монографіях, збірниках наукових праць, довідниках, навчальних посібниках, підручниках, розробках інформаційного

ресурсу, запропоновано у вигляді рекомендацій для впровадження в МЗС України, Держкомтелерадіо України та інші державні установи. На сьогоднішній день керівником наукового підрозділу є доктор політичних наук, професор Рижков М.М., а провідною темою досліджень є використання комунікативних технологій у зовнішньополітичній діяльності України. Крім цього наукова робота ведеться в таких напрямках: інформаційно-аналітичне забезпечення зовнішньополітичних інтересів України; інтеграція України в європейський інформаційний простір; інформаційна парадигма глобального розвитку; міжнародна конкуренція в інформаційному секторі світового, регіональних та національних ринків; зовнішньополітичні комунікативні технології; моделювання міжнародних відносин та конфліктів; інформаційні системи та технології; кризовий репутаційний менеджмент. Науковцями інституту міжнародних відносин (Рижков М.М., Макаренко Є.А., Ожеван М.А., Губерський Л.В., Бебик В.М., Литвиненко О.В., Флор В.М., Філіпенко Д.О., Кучмій О.П. та ін..) видана велика кількість колективних публікацій та монографій [6].

Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка сьогодні є потужним науково-педагогічним центром, який готує фахівців для масово-інформаційної індустрії держави. На його базі діє єдина в Україні спеціалізована рада для захисту кандидатських і докторських дисертацій по журналістиці, науково-методична комісія при Міністерстві освіти і науки України.

Біографія Інституту журналістики розпочалася 1947-го року. На філологічному факультеті було створено нове відділення журналістики, яке почало готувати журналістські кадри для республіканських, обласних, районних ЗМІ. У 1953 р. відкрився факультет журналістики. Через 40 років, у 1993 р., на базі факультету утворився Інститут журналістики.

Сьогодні в Інституті журналістики працює вісім кафедр: теорії комунікації, видавничої справи та редагування, періодичної преси, організації масово-інформаційної діяльності, міжнародної журналістики, телебачення та радіомовлення, мови та стилістики, історії журналістики та літератури. На кафедрах працює 14 професорів і докторів наук, 33 кандидати наук, 30 доцентів. Викладачами Інституту написані не тільки підручники з журналістики, видавничої справи та редагування, а і з сучасної української мови, літератури, якими користуються у багатьох навчальних закладах України. Серед викладачів Інституту - досвідчені науковці і журналісти, за плечима яких багаторічна редакторська і кореспондентська практика. В Інституті журналістики діє також аспірантура, докторантура, центр перепідготовки та підвищення кваліфікації журналістських кадрів.

Учені Інституту журналістики розвивають і зміцнюють наукові зв'язки із зарубіжними навчальними закладами й організаціями, спільно розробляють актуальні теми теорії і практики функціонування ЗМІ, організовують наукові конференції і семінари, видають наукові збірники, монографії. Серед пріоритетних тем, які досліджують учені Інституту журналістики: "Функціонування і перспективи розвитку засобів масової комунікації та удосконалення системи підготовки відповідних кадрів в Україні", "Роль ЗМІ в процесах державотворення в Україні", "Моніторинг та інформаційне

модельовання засобів масової інформації", "Сучасні українські видавничі стандарти". Вагомий внесок у розвиток журналістикознавства зробили директор інституту журналістики Різун В.В., доктори наук Пономарів О. Д., Погрібний А. Г., Мамалига А. І., Непийвода Н. Ф., Іванов В.Ф., Тимошик М.С., Мелешенко О.К., Сидоренко Н. М., Черняков Б. І., Шкляр В. І.; кандидати наук Приступенко Т. О., Карпенко В. О., Ярмиш Ю. Ф., Василенко М. К., Петрів Т. І., Чекмишев О.В., Шевченко Л. Ю., Гоян О. Я., Гоян В. В., Старченко Т. В., Святовець В. Ф., Серажим К. С. та ін.

В інституті видається велика кількість періодичних наукових збірників: «Наукові записки», «Стиль і текст», «Українське журналістикознавство», «Актуальні питання масової комунікації». Існують також навчальні видання, такі як «Нариси про текст» (В.В.Різун, А.І.Мамалига, М.Д.Феллер), «Історія міфологічної критики» (Л. В. Боярська), «Інтернет-журналістика» (Л.М.Городенко), «Конфліктологія» (О. Л. Порфімович), «Масова комунікація та екологічна політика» (О. О. Беляков), «Екологічна проблематика в засобах масової інформації» (Олександр Беляков), «Теорія масової комунікації» (проф. В.В.Різун). Крім цього студенти випускають навчальні газети, журнали, радіо- і телепередачі [9].

Інститут масової комунікації, директором якого є проф. В.В. Різун, має такі пріоритетні напрямки досліджень: вивчення методів і технології збору інформації, її аналізу, інтерпретації, обробки, втілення у певну форму й поширення ЗМІ [10].

Національна академія наук України, заснована 27 листопада 1918 року у м. Києві, є вищою державною науковою організацією України. Академія об'єднує дійсних членів, членів-кореспондентів та іноземних членів, усіх науковців її установ, організовує і здійснює фундаментальні та прикладні дослідження з найважливіших проблем природничих, технічних та соціогуманітарних наук. Серед основних наукових напрямів та найважливіших проблем фундаментальних досліджень інформаційної сфери на 2009-2013 рр. в НАН виділяються такі: наукова інформація та проблеми наукової інформації; формування електронних наукових та освітніх інформаційних; теоретичні та методичні проблеми інформатизації гуманітарних наук; розробка та впровадження новітніх інтелектуальних інформаційних технологій для забезпечення потреб освіти, науки, культури, державного управління, соціально-гуманітарної сфери; формування фундаментальних науково-інформаційних банків та баз даних, електронних бібліотек та лексикографічних систем загальнонаціонального значення. Академія має власні видавництва: "Наукова думка" і "Видавничий дім "Академперіодика". Результати досліджень публікуються в численних збірниках наукових праць, монографіях та наукових журналах [11].

Дослідженням феномену масової інформації в сучасному суспільстві займається українська недержавна організація – *Інститут масової інформації* (ІМІ), який було засновано в жовтні 1995 року українськими та зарубіжними журналістами. Діяльністю ІМІ насамперед є захист свободи слова, сприяння розвитку української журналістики, дослідження громадської думки та інших явищ, пов'язаних з формуванням масової свідомості.

Провідний напрямок діяльності інституту - адаптація західних

навчальних програм з журналістської освіти для потреб української преси та наближення якості та змісту роботи українських видань до європейських стандартів. Навчальні тренінги для журналістів є одним із перших проектів ІМІ. Вони проводяться спільно з французьким Центром підготовки й вдосконалення журналістів (CFPJ). До кожного семінару Інститут масової інформації готує спеціальні навчальні посібники, які є адаптацією методичної літератури CFPJ до потреб української аудиторії.

Інститут масової інформації має низку проектів по захисту свободи слова в Україні. На веб-сторінці ІМІ регулярно подаються новини про розвиток журналістики в Україні, та, зокрема, відстежується хроніка протистояння ЗМІ та владних структур України. Щороку ІМІ видає друком систематизований огляд порушень прав журналістів «Хроніка протистояння: преса та влада» українською та англійською мовами. Щомісяця ІМІ друкує на своєму веб-сайті «Барометр свободи слова» українською та англійською мовами, де систематизовані дані про тиск та на пресу, порушення прав журналістів та прогрес або відсутність прогресу у справах загиблих журналістів та інших судових процесах проти ЗМІ. ІМІ видав понад два десятки підручників для журналістів, що запроваджують західні стандарти професії, серед них: «Техніка інтерв'ю», «Техніка репортажу», «Репортаж у друкованій пресі», «Журналістське розслідування», «Економічна журналістика», «Етичні засади роботи журналіста: західний досвід», «Щоденна робота журналіста», «Гід газетяра», «Гід журналіста», «Міжнародна газетна журналістика», «Інфографія у пресі», «Інтернет у роботі журналіста», «Геополітика держав. Короткий словник для журналістів» [8].

Український інститут науково-технічної і економічної інформації було засновано у 1958 році. Основною метою його діяльності є створення системи формування національних інформаційних ресурсів з науково-технічної та інноваційної діяльності і засобів доступу до них та побудова системи інформаційно-аналітичного обслуговування користувачів усіх рівнів – від державного до студентського. УкрІНТЕІ є співзасновником і активним членом Всеукраїнської асоціації інформаційних служб (ВАІС).

Основними напрямками наукової діяльності УкрІНТЕІ є: розроблення науково-методичних і організаційних засад розвитку національної системи НТІ з метою поширення інформаційної продукції та послуг; розроблення науково-методичних основ створення єдиної системи інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності у сфері науково-технологічного та інноваційного розвитку і трансферу технологій; методи та практика інтеграції систем баз даних та електронних інформаційних ресурсів для забезпечення доступу користувачів до результатів науково-технологічної діяльності. Очолюють проведення наукових досліджень такі науковці, як Ямчук А.В., Воронков В.І., Пархоменко О.В., Мятлик М.Т. та ін.

В інституті випускається науково-практичний інформаційний журнал "Науково-технічна інформація", а також Вісник УкрІНТЕІ, в якому публікується інформація, що висвітлює найбільш актуальні досягнення і пріоритети науково-технологічної, інноваційної та науково-інформаційної діяльності УкрІНТЕІ, розкриває зміст інформаційно-аналітичних продуктів інституту і вказує на шляхи доступу до них [12].

Розглянувши основні наукові центри, що присвячують свою діяльність інформаційній сфері, коротко зупинимось також на дисертаційних роботах останніх років, що стосуються цієї тематики. Існує низка робіт, присвячена науково-технічній інформації, інформаційно-аналітичному забезпеченню та інформатизації, що розглядає їх з економічної точки зору у взаємозв'язку зі світовою тенденцією прискорення науково-технічного прогресу і інноваційної спрямованості національної економіки. Слід виділити дисертації канд. екон. наук Христіановського В. В. - «Інтеграція України до світового економічного простору через інформаційні технології» / Донецький національний ун-т. — Донецьк, 2004; канд. екон. наук Шевчук А. В. - «Інформаційні технології в забезпеченні соціально-економічного розвитку регіону» / НАН України; Інститут регіональних досліджень. — Л., 2006; канд. екон. наук Пархоменко О. В. - «Інформаційно-аналітичне забезпечення процесу прийняття рішень в системі науково-технічної інформації» / Український ін-т науково-технічної і економічної інформації (УкрІНТЕІ). — К., 2006; канд. екон. наук Душкова В. І. - «Ринок науково-технічної інформації в структурі національної економіки» / Донецький держ. ун-т управління. — Донецьк, 2008.

Увагу політологів найбільш привертає ідея інформаційного суспільства в контексті процесів глобалізації, що підтверджується великою кількістю робіт з цієї тематики: канд. політ. наук Флюр О.М. - «Інтеграція України у світовий інформаційний простір» / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка — К., 2004; канд. політ. наук Колодюк А.В. - «Інформаційне суспільство: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні» / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка; Інститут журналістики — К., 2004; канд. екон. наук Сагалович А.А. - «Розвиток інформаційної економіки в умовах глобалізації» / Харківський національний ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2007; д-р політ. наук Старіш О.Г. - «Інформаційна політика держави в контексті глобалізації» / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка — К., 2008; та ін.

Висновки. Проаналізувавши дослідження інформаційної сфери слід зазначити, що здебільшого, інформація розглядається з політологічної чи економічної точки зору. Незначна кількість вітчизняних публікацій не сприяє системному осмисленню інформаційних процесів як складових суспільно-географічного процесу. Не беруться до уваги багато аспектів, пов'язаних з циркуляцією інформації як в самому суспільстві, так і на міжнародній арені, територіальному аспектові взаємодії інформації і суспільства, впливові інформації на регіональний розвиток, просторово-часовим трендам. Основним територіальним центром України з досліджень інформаційної сфери є Київ, де представлена низка наукових, науково-освітніх та громадських інститутів.

1. Інформаційне суспільство: антологія. Посібник/ Ожеван М.А., Новохатько Л.М., Піскорська Г.А., Запорожець О.Ю., Кучмій О.П., Швець О.В. — К.: ІМВ, 2006 . 2. Інформаційна політика України: європейський контекст: Монографія/ Л.В. Губерський, Є.А. Макаренко, Є.Є. Камінський та ін. — К., 2007. 3. Киселев І.Ю. От информации к глобализации знания. - Ярославль, 2001. 4. Макаренко Є.А. Міжнародні інформаційні відносини. — К., 2002. 5. Флюр О.М. Формування глобального інформаційного суспільства. Шлях України. — К., 2004. 6. www.iir.kiev.ua/ua/. 7. www.iis.ru/glossary/index.html - Глоссарий по информационному обществу - Институт развития информационного общества, 2001. 8. www.imi.org.ua/ 9. www.journ.univ.kiev.ua/ 10. mascom.univ.kiev.ua/ 11. www.nas.gov.ua 12. www.uiniei.kiev.ua 13. vais.com.ua

СУЧАСНІ ГЕОДЕМОГРАФІЧНІ ПРОБЛЕМИ І ТЕОРІЯ “ЗОЛОТОГО” МІЛЬЯРДА

Розкривається сутність теорії “золотого” мільярду. Досліджується взаємозв’язок сучасних демографічних процесів та демографічної поведінки населення в контексті концепції. Проводиться її аналіз та механізм реалізації на сучасному етапі.

Essence of theory opens up “gold” a milliard. Intercommunication of modern demographic processes and demographic conduct of population in the context of conception is probed. Its analysis and mechanism of realization is conducted on the modern stage.

Вступ. Постановка проблеми. Демографічні проблеми в масштабах нашої планети давно турбують учених усього світу, і не тільки демографів. Але весь науковий інтерес, в основному, зводиться до одного питання: яку кількість населення зможе прогодувати планета? Однією з таких версій є теорія “золотого мільярда”, згідно якої наявних світових ресурсів вистачить тільки для одного мільярда мешканців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням цієї глобальної проблеми займаються вже давно. Але основна маса публікацій належить західним вченим, таким як: Д. Айк, Л. Броуер, П.Дж. Бьюкенен, Р. Епперсон, Е. Кассе, Дж.Колеман, Г.-П. Мартін, Е. Тодд, Ф. Фукуяма, Х. Шуманн. Значний вклад і актуальність в дослідницьку діяльність внесли російські вчені Т.В. Грачова, І.А.Василенко, Ю.Ю.Вороб’євський, І. Гундаров, В.Г.Жданов, С.Г. Кара-Мурза, А.П. Паршев. Останнім часом серйозний доробок зробили українські вчені. Дану теорію інтерпретують у своїх працях І.М.Дудник, В.С.Крисаченко, М.І. Сенченко, А.В.Толстоухов, О.Г.Топчієв, М.І. Хилько, Л.Т.Шевчук та інші. Проте, в їх роботах немає ні чіткого визначення концепції, ні глибокого структурного дослідження сутності та характеристики цієї теорії.

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. Метою написання роботи є дослідження сутності концепції “золотого мільярда” в контексті демографічних процесів сучасного світу та спроба показати взаємозв’язок демографічних процесів і теорії та проаналізувати з позицій механізму реалізації.

Виклад основного матеріалу. Перший закон народонаселення сформулював Т.Мальтус у книзі “Досвід про закон народонаселення у зв’язку з майбутнім удосконаленням суспільства” (1798), де показав загрозу зростаючого населення, що збільшується у геометричній прогресії та ресурсами продовольства, які зростають в арифметичній прогресії. Він розрахував максимально можливу кількість населення Землі, стверджуючи, що для підтримки комфортного рівня життя окремої людини населення планети повинно становити 1,4 млрд. чол. Сучасні “мальтузіанці” скоротили цю цифру до мільярда, який назвали “золотим”.

Станом на 1 січня 1990 р. на Землі проживало 5,5 млрд. чол., на 2009р. – понад 6,5 млрд. За даними ООН, сировини й енергії вистачить (за оптимального використання) лише на 1 млрд. чоловік. Не випадково, що до

золотого фонду "одного мільярда" належать такі країни, як США, Японія, країни ЄС та ін., в той час як 4/5 населення Землі з Азії, Африки, пострадянського простору, Латинської Америки, що володіють основною масою сировини й енергії, витіснені з "місця під сонцем" і насправді є сировинними колоніями зазначених країн. Американський дослідник Ф. Фукуяма поділяє народи на історичні і постісторичні. Якщо для других можливі конфлікти і голод, то перших можуть тривожити лише теми нудьги і духовної порожнечі постісторичного буття. Теоретик "відкритого суспільства" включає в обрані – історичні народи. До постісторичних відносяться чотири мільярди людей, що живуть на грані існування, тобто 2/3 населення планети [9].

Під егідою ООН за останні десятиліття розроблена різностороння концепція сталого розвитку суспільства і економіки. Для ефективного функціонування цієї системи достатньо 20% найкваліфікованіших працівників, вчених та спеціалістів планети. Вони, в основному, уже інтегровані країнами "золотого мільярда". А як же населення інших країн світу (80%), зокрема й України? Сучасна модель суспільства на це питання відповіді не дає. Значить мова може бути лише про надання добродійної допомоги відсталим країнам з боку країн золотого мільярда, яка (як показує життя) ставиться у пряму залежність від лояльності до встановленого світового порядку. Суть світової політики сьогодні будується на одному примітивному постулаті – прагненні вписатися в цей "золотий мільярд" щасливчиків, яким забезпечуються райські умови життя на Землі. Звичайно, є й активно діє "кваліфікаційна комісія", яка виносить остаточний вердикт стосовно етносів. Нині вже однозначно можна стверджувати, що заповітні квитки до "суспільства обраних" закінчилися.

Колишній радник президента Франції Ф. Міттерана Ж. Аргалі в своїй книзі "Тисячоліття. Переможці і переможені в прийдешньому світовому порядку. Лінія горизонту" (1990), переведеною в Росії в 1993 році під назвою "На порозі нового тисячоліття", вказує, що планета перенаселена за рахунок країн "третього світу". Відомий своєю безпосередньою причетністю до глобального проекту депопуляції Г. Кісінджер. Головною метою створеного ним Управління (Бюро) у справах народонаселення стало "скорочення народонаселення до 2 млрд. чоловік шляхом розпалювання воєн, голоду, хвороб і інших необхідних засобів" [2, с. 72-73]. Відтак постає необхідність обмежити зростання населення в межах достатності природних ресурсів. Немає потреби говорити про те, що еліта не дозволить поставити власне існування під загрозу бурхливому зростанню кількості "зайвих ротів", а отже, слід розпочати практику відбору. Цей процес уже розпочався і відбувається за методами, описаними в доповіді "Глобал 2000" [6, с.141]. Тому демографи вважають, що людство у ХХІ ст. перейде від нерегульованої високої до низької регульованої народжуваності. Хто і якими способами прагне регулювати подібні процеси? В чому ж полягає суть цієї концепції?

Термін "золотий мільярд" з'явився як синтез двох великих ідей сучасної західної культури. Одна ідея пов'язана з уявленням про "золоту еру" прогресу й благополуччя, інша – з песимістичним визнанням обмеженості ресурсів Землі й неможливості поширення цього благополуччя на все населення

планети. Безумовно, цей термін не вживається в офіційних документах, де його замінюють таким набором понять і визначень, що зміст стає зрозумілим з контексту. На Заході цей термін означає населення країн ("першого світу"), що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). У цю організацію входять близько 30 держав, їх населення, на вже стали на Заході думку, і складає "золотий мільярд". Цей термін визначає певну цілісну геополітичну, економічну та культурну концепцію. Суть її полягає в тому, що розвинені країни, зберігаючи для свого населення високий рівень споживання, намагатимуться військовими й економічними засобами утримувати решту світу в промислово нерозвиненому стані. Населення цих країн повинно бути скорочене за допомогою цілої системи нових соціальних технологій [7, с. 76]. Протягом тривалого часу здійснюється наукова й культурна підготовка західного суспільства до прийняття концепції "золотого мільярда".

Теорія золотого мільярда” – сучасна європоцентриська версія концепції обраного народу, згідно якої забезпечене існування на планеті може бути гарантоване тільки для одного мільярда чоловік із найбільш процвітаючих країн, в той час як решті країнам приготовлена участь сировинного приросту і постачальника дешевого людського матеріалу для обслуговування інтересів транснаціональних корпорацій. Згідно adeptів даної теорії, у протилежному випадку планета зірветься від економічного перевантаження [3, с. 350].

Так, у 1970 р. Римський клуб замовив групі Д. Медоуза в Массачусетському технологічному університеті (США) провести дослідження, матеріали яких через два роки ввійшли до книги “Межі росту”. Книга стала справжньою сенсацією. Висновок доповіді: “Необхідно вжити заходів, аби забезпечити раціоналізацію всієї системи виробництва й передислокацію промисловості в межах планети”. Методи досягнення цієї мети не пропонувалися [7, с. 77].

Про необґрунтованість доповідей Римського клубу свідчать інші розробки. Одним з досліджень здійсненого за замовленням того ж Римського клубу був проект Х. Ліннеманна, присвячений проблемі продовольства. Була використана математична модель життєдіяльності десяти гео економічних регіонів світу до 2010 р. Підрахунок показав, що Земля в змозі прогодувати набагато більше людей, ніж пророкували найсміливіші прогнози, але за умови, що продовольство буде розподілятися між людьми справедливо і за потребами. Моделювання показало також, що масштаби голоду у світі будуть збільшуватися, і до 2010 року зростуть у три рази. По суті, ця доповідь констатувала, що проблема голоду не в нестачі природних ресурсів, а в пануючому соціальному порядку.

На конференції Світового форуму 1995 року була схвалена програма регулювання чисельності населення світу, проведена Всесвітнім банком ООН разом з урядом США. Головна мета – забезпечити різке зниження народжуваності в країнах, що не відносяться до західної цивілізації. Програма охоплює біля ста країн світу, передбачаючи всілякі заходи, аж до насильницької стерилізації чоловіків і жінок [1, с. 55].

Зброєю для ведення сучасної тотальної війни, виступають технології скорочення чисельності населення, тобто технології, що досягають тих же

цілей, що і звичайна зброя. Всі її види направлені на знищення життя як такого (життя в людині і людстві у всіх її проявах – духовному, фізичному і інтелектуальному). Війна в демографічному субпросторі направлена перш за все на знищення життя фізичного. У зв'язку з використанням цих технологій використовується термін – “медико-біологічне вимірювання війни”. У цій війні, так само як і в антидержаві, все прямо протилежне, все перекручується – медицина із сфери для життя перетворюється на розповсюджувача всіляких і найвитонченіших форм смерті [2, с. 63-64]. Є багато міжнародних організацій, що поширюють медико-біологічні засоби знищення, скорочення і запобігання зародженню людського життя. Війна, з її кров'ю і убитими, і планування сім'ї, з його абортами і убитими немовлятами, – це дві частини тотального скорочення населення.

Радник з національної безпеки США в 1980 р. випускає доповідь, де мовиться, що РНБ і Управління у справах народонаселення Держдепу володіють можливостями, щоб запобігти народженню 1 млрд. чоловік через програми контрацепції. У червні 2007 року один з відомих і інформованих журналістів – Б. Фулфорд, колишній глава бюро журналу *Forbes* в Азіатсько-тихоокеанському регіоні, написав статтю, де містилися докази того, що уряд США має план ведення війни на генетичному рівні. Цей план переслідує мету скорочення населення Азії до 500 млн. чоловік через використання біологічної зброї, заснованої на расово-етнічних і генетичних принципах дії [2, с. 90].

Індія була першою країною, де здійснювалась офіційна програма обмеження народжуваності. У 1960-і роки тут проводилась на добровільних засадах стерилізація подружніх пар, що вже мали дітей. Використовувались і примусові заходи стосовно обмеження народжуваності. Наслідком чого була насильницька стерилізація близько 8 млн. осіб. У 1980-і роки щороку близько 5 млн. осіб добровільно стерилізувались, але зростання населення залишилось високим [9, с. 266]. Індія була першою, але не єдиною країною де проводилось штучне скорочення населення. Спеціальна державна комісія в Перу звинуватила колишнього президента Фухіморі в тому, що при ньому в 1996-2000 рр. обманом було піддано стерилізації 215 тис. жінок та 16 тис. чоловіків із бідних районів країни [4, с.139].

Вплив на демографічну поведінку населення має пропагування і заохочування наступних видів дій: 1) пропаганда гедоністичного способу життя; 2) локальні конфлікти і війни; 3) алкоголізм, наркоманія та тютюнопаління; 4) громадянські шлюби і одностатеві відносини; 5) погіршення якості медичного обслуговування; 6) незбалансоване харчування, голод і використання генетично модифікованих організмів; 7) евтаназія; 8) аборти; 9) стерилізація; 10) різкий сплеск імунно-послаблюючих захворювань; 11) мода.

Однак, варто зауважити, що втрати населення тільки незначною мірою обумовлені екзогенними причинами, а головні причини криються у зміні способу життя. Сучасні етнографи переконливо аргументують положення про те, що основним чинником вимирання окремих народів є не безпосередні акти експансії (загарбання): фізичне знищення, завезені хвороби чи алкоголь, а деформація релігійного, етнічного життєвого укладу, який надавав сенсу

їхньому існуванню. Втрата, зокрема, традицій та звичаїв неминуче призводить до розкладу етносу, зубожіння духовного життя, масових виявів аморальності.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Концепція "золотого мільярда", що передбачає штучне виокремлення з людства нового "вибраного народу", безумовно, утопічна. Ця утопія – наслідок загальної кризи індустріалізму й індустріальної цивілізації. Філософське підґрунтя цієї утопії – песимістичний індивідуалізм, розрив общинних зв'язків людської солідарності, відмова від етики релігійного братерства й колективного спасіння. Утопія "золотого мільярда", яку в принципі неможливо реалізувати, водночас породжує агресивність, спочатку в ідеології та культурі, а потім у політичній і військовій сферах. Сприймати чи не сприймати саму ідею "золотого мільярда", ідею безумовно антихристиянську, а також антиісламську і антибуддійську, – це справа морального й релігійного вибору. Проте є чимало ознак того, що та частина світової еліти, яка визначає економічну й військову політику і забезпечує контроль засобів масової інформації, не вважає слов'янські народи такими, що мають шанс потрапити на корабель "золотого мільярда". Політика соціальної деградації витіснення значної частини працездатного населення на периферію світової цивілізації свідомо приречена провал. Ось чому дана проблема є дуже актуальною на сучасному розвитку глобального суспільства.

1. Авель (Семенов), Дроздов А.Ю. Знамение пререкаемо. – М.: Храм Казанской иконы Божией матери, 2002. – 639 с. 2. Грачева Т. В. Невидимая Хазария. Алгоритмы геополитики и стратегии тайных войн мировой закулисы / Т. В. Грачева. – Рязань: Зёрна, 2009. – 400 с. 3. Василенко И.А. Политическая глобалистика: Уч. пособие для вузов. – М.: Логос, 2000. – 360 с. 4. Калашников М., Крупнов Ю. Гнев орка. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель», 2003. – 498 с. 5. Мартин Г.-П., Шуманн Х. Западня глобалізації: атака на процвітання і демократію / Пер. с нем. – М.: Издательский Дом «Альпина», 2001. – 335 с. 6. Сенченко М.І. Латентні структури світової політики: Нариси з конспірології. – К.: МАУП, 2003. – 312 с. 7. Сенченко М.І. Україна: шляхом незалежності чи неоколонізації? – К.: МАУП, 2003. – 120 с. 8. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії. – Одеса: "Астропринт", 2003. – 560 с. 9. Фукуяма Ф. Кінець історії? // Вопросы философии. – 1990. – № 3. – С. 134.

УДК 911.3:911.6:504.3

Литовченко І.В.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СУСПІЛЬНО-ЕКОЛОГІЧНОГО РАЙОНУВАННЯ

Обоснованы теоретико-методологические основы и методика общественно-экологического районирования. Предложены новые категории – «общественно-экологическая система», «общественно-экологический район», «антропотехногенная нагрузка». Определены принципы и критерии общественно-экологического районирования.

Theoretically-methodological fundamentals and methodic of social and ecological division into district are substantiated. New categories are offered – «social and ecological system», «social and ecological district», «anthropotecnogenic load». Principles and criteria's of social and economic division into districts are defined.

Постановка проблеми. Суспільно-географічна парадигма вимагає територіально-диференційованого та водночас територіально-цілісного підходів до наукового вирішення проблем оптимізації природокористування. Така вимога значною мірою реалізується засобами районування як специфічною підвалиною географічної науки. Це повною мірою стосується обласних регіонів, в межах яких більшість процесів природокористування та формування соціально-екологічних пропорцій мають завершений характер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підґрунтям для проведення суспільно-екологічних досліджень територій як на рівні адміністративного району, області, так і на рівні країни з подальшим виділенням суспільно-екологічних районів є наукові праці вітчизняних та іноземних учених, присвячені розробці теоретико-методологічних і методичних основ економічного, економіко-географічного, соціально-економічного, суспільно-географічного, природно-господарського, геоекологічного районування окремих територій, викладені у працях багатьох учених, зокрема: В. А. Барановського, М. Д. Гродзинського, І. М. Дудника, Ф. Д. Заставного, А. Г. Ісаченка, О. М. Маринича, К. В. Мезенцева, Н.І. Мезенцевої, М.Д. Пістуна, В. К. Слюсаренка, О. І. Шаблія, П. Г. Шищенко [2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11].

Постановка завдання. Складність та міждисциплінарний характер проблеми суспільно-екологічного районування зумовлює потребу в подальших наукових дослідженнях природно-суспільної взаємодії. Тому досить актуальним як у теоретичному, так і практично-прикладному аспектах є завдання особливого значення – дослідження взаємодії природи і суспільства на рівні обласного регіону. Такий регіональний підхід має обґрунтувати оптимальні пропорції між рівнем суспільного розвитку і природним потенціалом Полтавської області.

Виклад основного матеріалу. В основі суспільно-екологічного районоутворення лежать регіональні суспільно-екологічні системи. Категорія «суспільно-екологічна система» – результат еволюції наукових поглядів на сутність територіальних систем. З 60-х років XX століття географи та екологи в своїх дослідженнях почали розглядати природні територіальні комплекси з позицій системного підходу. Аналіз такої еволюції свідчить про те, що на сучасному етапі розвитку суспільної географії, зокрема еколого-географічних досліджень, термін *суспільно-екологічна система* найбільш адекватно відображає динамічний стан диференційно-інтеграційних процесів функціонування суспільства в природному середовищі як на планетарному так і на регіональному рівнях.

Методологія вивчення суспільно-екологічних систем ґрунтується на методі діалектики, який передбачає вивчення всіх явищ і процесів у їх постійній зміні та розвитку, взаємозв'язку і взаємодії. Діалектичний метод – провідний на всіх рівнях наукового пізнання.

Поняття «суспільно-екологічна система» дає усі підстави для відображення і усвідомлення на основі відповідних критеріїв та принципів іншої категорії – суспільно-екологічного району. При поділі території на суспільно-екологічні райони основними методологічними підходами є системно-структурний та територіальний. Перший підхід передбачає дослідження суспільно-екологічної системи регіонального рівня – основи

суспільно-екологічного районування – як цілісної системи з певною впорядкованістю елементів; другий підхід виявляє ступінь територіальної диференціації процесів і явищ в межах досліджуваних територій. Крім того, доцільним буде використання методів статистичного, порівняльно-географічного та багатовимірного аналізу, екстраполяції, картографічного моделювання, класифікації і типізації.

Для географії характерний особливий вид систематизації, метою якого є поділ досліджуваної території на таксони (ареали, зони, райони). Таксономізація – це процес поділу території на ієрархічно підпорядковані таксони, що передбачає визначення типів, класів таксонів, їх ідентифікацію і делімітацію. Районування виступає одним із підходів таксономізації наряду з зонуванням і картографуванням ареалів (рис. 1).

Рис.1. Взаємовідношення понять «географічна систематизація» (за Е. Б. Алаєвим).

За визначенням Е. Б. Алаєва, «районування – це процес таксономізації, при якому таксони, що ідентифікуються, мають відповідати двом критеріям: критерію специфіки даного таксону та критерію цілісності елементів, що районуються» [, с. 71]. Будь-яке районування може бути проведено на різних таксонометричних рівнях, тобто територію можна поділити на частини різних масштабів.

У сучасних географічних дослідженнях застосовують два способи районування – дедуктивний («згори») та індуктивний («знизу»). На думку Н. І. Мезенцевої та К. В. Мезенцева [], дедуктивні моделі поділу території не дають точних результатів, оскільки не враховують усієї різноманітності факторів та умов районоутворення. Застосування дедуктивного способу дає можливість лише узагальнити уявлення про весь можливий діапазон типів сукупності.

Використання методу статистичного аналізу при наявності даних емпіричних досліджень дає всі підстави для проведення районування індуктивним способом.

Від об'єктивного процесу районування методичний процес районування відрізняється, головним чином, визначенням мети. Вибір методів районування (картографічний, статистичний, математичний, комплексний) залежить від мети, об'єму та якості інформації. Наукові дослідження проблеми суспільно-екологічного районування з метою використання його результатів у практичній діяльності потребують розробки системи принципів, ознак та критеріїв такого районування.

Процес суспільно-екологічного районування передбачає поетапне визначення районів. Початкові етапи включають у себе проведення районування на основі одного класу об'єктів. Завершальним етапом є обґрунтування інтегральних суспільно-екологічних районів з урахуванням усіх показників районування. На цьому етапі передбачається застосування методу багатовимірного аналізу показників. Вважається, що районування закінчено тоді, коли встановлено самі райони, дано їх змістовну характеристику і вказано межі між ними.

Визначення суспільно-екологічного району вимагає віднести до його

ознак наступні: спільність природної основи формування суспільно-екологічного району; господарська спільність, що характеризується подібністю масштабів, структури, інтенсивністю виробничої діяльності та сфери послуг; подібність демографічних показників; наявність стійких просторово-територіальних зв'язків як між однорідними елементами, так і, особливо, між різноякісними об'єктами. Одна з найважливіших ознак формування суспільно-екологічного району як системної цілісності – рівень антропогенного навантаження на природну підсистему. Названі ознаки є передумовою виявлення та виділення суспільно-екологічного району як територіальної цілісності.

Передумовою визначення таксономічних одиниць у суспільно-екологічному районуванні є встановлення системи принципів, які виступають фундаментом для розмежування районів, а саме: принцип системності, принцип збереження територіальної цілісності, принцип оптимальності, принцип єдності диференціації та інтеграції, принцип єдності адміністративно-територіального поділу.

Принцип системності передбачає вивчення об'єкта суспільно-екологічних досліджень – суспільно-екологічної системи, як деякої системи, що характеризується складом, структурою (як формою взаємодії елементів), функціями елементів, єдністю внутрішнього та зовнішнього середовища, законами розвитку системи та її складових. *Принцип збереження територіальної цілісності* проявляється через реальну єдність елементів суспільно-екологічної системи на певній території. *Принцип оптимальності* – досягнення стану найкращого функціонування суспільно-екологічної системи через збалансованість між різноякісними компонентами та узгодження природних, соціально-економічних, демографічних та адміністративних меж. *Принцип єдності диференціації та інтеграції* базується на поєднанні закономірностей територіальної диференціації господарських, демографічних та екологічних показників для їх інтеграції в показник антропогенного навантаження. *Принцип єдності адміністративно-територіального поділу* передбачає врахування меж адміністративних територіальних одиниць в обласному регіоні.

На основі розглянутих ознак та принципів суспільно-екологічного району можна визначити основні критерії суспільно-екологічного районування. Виходячи з мети даного районування, одним із головних критеріїв має бути природно-екологічний. Найважливішим для виявлення цілісності суспільно-екологічного поєднання компонентів є загальний характер, конкретні параметри та особливості функціонування природної підсистеми, яка визначає основний зміст конкретної локальної суспільно-екологічної системи. Цей критерій виражається, насамперед, механізмом та параметрами конкретної природно-територіальної системи, що виявляється в певних формах природних кругообігів речовини та енергії в межах цієї системи. Відомо, що кожна природно-територіальна система (ландшафт) має свої особливості, які багато в чому визначають її екологічні властивості. В реальному житті природно-екологічна подібність визначається на основі схем природно-географічного районування, кожна таксономічна одиниця якого відповідає в цілому вимогам спільності характеру та параметрів

функціонування природних ландшафтів.

Другий критерій районування умовно можна назвати суспільно-географічним. Він відображає функціонування господарсько-територіальної та екістичної підсистем. Цей критерій виражається такими показниками, як масштаби, рівень, динаміка, галузева структура та спеціалізація господарства конкретної території, територіальна концентрація виробництва та її форми, розселення населення, що характеризується територіальним поширенням та концентрацією населення, утворенням форм територіального зосередження проживання людей та взаємодією цих форм, співвідношенням видів та типів поселень, функціонуванням територіальних систем розселення.

Третій критерій – антропотехноекологічний, який можна виразити частковими показниками техногенного навантаження на окремий компонент природного середовища (грунти, атмосферне повітря, поверхневі води), а також такими показниками демографічного навантаження, як густота населення і населених пунктів.

Загальний алгоритм суспільно-екологічного районування базується на географічних дослідженнях території, в тому числі й обласного регіону і передбачає наступні етапи. *Перший етап* – природно-географічні дослідження території, оцінка природних чинників суспільно-екологічного районуоутворення обласного регіону. Цей етап включає визначення територіальних відмінностей компонентів природно-територіальних систем у межах обласного регіону, оцінку їх стану в минулому і сучасному періодах на основі порівняльної характеристики. Природні чинники формують складну систему прямих і опосередкованих взаємозв'язків. Серед чинників, що мають суттєвий вплив на формування суспільно-екологічних районів – геологічна будова, рельєф, ґрунти, гідрологічні та кліматичні умови, ландшафтна будова. Аналіз групи природних факторів і проведення фізико-географічного районування, на наш погляд, є основою суспільно-екологічного районування території, що виступає підґрунтям для наступних його етапів за групою суспільних факторів.

На *другому етапі* досліджується демографічна та господарська підсистеми суспільно-екологічної системи. З одного боку, необхідно провести аналіз рівня антропогенного навантаження на природну підсистему, визначивши демографічні показники – *густану населення та населених пунктів, питому площу поселень*, а з іншого – виявити реакцію населення на зміни в природній підсистемі. Показниками такої реакції є *рівень здоров'я населення*, як фізичного так і психічного.

У дослідженні господарської підсистеми обласної суспільно-екологічної системи слід врахувати господарські показники – територіальну спеціалізацію і концентрацію виробництва. Більшу увагу необхідно приділити галузям господарства, що суттєво порушують речовинно-енергетичні зв'язки в природній підсистемі, або підвищують ризик захворюваності населення.

Третій етап – еколого-географічні дослідження території, визначення співвідношення між рівнем розвитку галузей господарства, особливо його виробничої складової, і рівнем техногенних навантажень у межах локальної суспільно-екологічної системи. Важливим на цьому етапі екологічних

досліджень є аналіз територіальної диференціації екологічних показників: рівня забруднення атмосферного повітря стаціонарними і пересувними джерелами, рівня розораності територій адміністративних районів, обсягів скидання забруднених стічних вод.

Четвертий етап – виявлення територіальної диференціації сумарного суспільного впливу на природну підсистему через інтегральний показник антропо техногенного навантаження та типізація адміністративних районів. Розрахувати показник антропо техногенного навантаження можна за формулою 1.

,(1)

де $I_{атн\ j}$ – інтегральний показник рівня антропо техногенного навантаження районів області; i_{ij} – індекси окремих показників антропо техногенного навантаження (густоти населення і населених пунктів, рівня здоров'я населення, розораності ґрунтів, забруднення повітря, поверхневих і підземних вод, стану природних об'єктів, і т. д.) в i -му адміністративному районі; N – загальна кількість індексів.

Розрахунки індексів базуються на кількісній статистичній інформації про загальну площу області й адміністративних районів, кількість населення і населених пунктів, захворюваності населення окремими видами хвороб, площу ріллі, обсяги викидів у атмосферне повітря і в поверхневі води, площу заповідних територій. Загальна формула розрахунку індексу j -го показника наступна:

,(2)

де i_{ij} – індекс j -го показника в i -му районі; i_{j0} – рівень j -го показника в i -му районі; i_{jN} – рівень j -го показника в області.

Ефективною в даних дослідженнях є методика аналізу територіальної диференціації (АТД) факторів районоутворення [1]. Головною метою цього підходу є виявлення територіальних відмінностей у поширенні як j -го фактора, так і інтегрального показника антропо техногенного навантаження. Головна перевага методу – в одночасному поєднанні аналітичних та інтегративно-синтезуючих функцій. Використання методики АТД передбачає проведення групування адміністративних районів за дією демографічних (індекси густоти населення та населених пунктів, рівня здоров'я населення) та господарських чинників (індекси розораності ґрунтів, забруднення повітря, поверхневих і підземних вод, стану природних об'єктів, перетвореності ландшафтів).

Важливим на цьому етапі є використання таксономічних методів класифікації, що базуються на виділенні груп об'єктів, найбільш близьких у багатовимірному просторі [2]. Для визначення ступеня близькості об'єктів, обчислюються таксономічні відстані між ними. Вихідними даними для обчислення таксономічних відстаней служать зведені показники антропо техногенного навантаження в межах територіальних одиниць. На основі матриці таксономічних відстаней здійснюється групування об'єктів із застосуванням Вроцлавської таксономії.

Вроцлавська таксономія полягає в тому, що за матрицею таксономічних відстаней будується граф-дерево, вершинами якого є об'єкти групування. Довжина ребер цього графа пропорційна найкоротшим відстаням між

об'єктами. Сукупність вершин графа, відстань між якими менша від певної заданої величини, утворюють класифікаційну групу відповідних об'єктів. У наших дослідженнях такими об'єктами виступають адміністративні райони.

Важливим питанням розвитку суспільно-екологічних районів є прогнозування їх майбутніх станів. Тому *п'ятий етап* – розробка прогнозу розвитку суспільно-екологічних районів на перспективу, а також прогноз окремих суспільно-екологічних показників.

Висновок. Таким чином, суспільно-екологічне районування, як процес поділу території на суспільно-екологічні райони, передбачає застосування ряду методів, серед яких – діалектичний, статистичного і порівняльно-географічного аналізу, картографічного моделювання, класифікації і типізації. Дотримання принципів районування з урахуванням його ознак та критеріїв, глибокий аналіз показників з їх подальшою диференціацією, визначення інтегрального показника антропогенного навантаження дають можливість провести суспільно-екологічне районування території.

1. Алаев Э.Б. Экономико-географическая терминология / Э. Б. Алаев. – М. : Мысль, 1977. – 199 с.
2. Барановський В. А. Екологічна географія і екологічна картографія / В. А. Барановський. – К. : Фітоцентр, 2001. – 252 с.
3. Гродзинський М. Д. Основи ландшафтної екології: [підручник] / М. Д. Гродзинський. – К.: Либідь, 1993. – 224 с.
4. Дудник І. М. Природокористування: еколого-економічні основи / І. М. Дудник. – Полтава: Астрія, 1994. – 246 с.
5. Заставний Ф. Д. Географія України: навч. посіб. для студентів географ. та економ. фак. вузів / Ф. Д. Заставний. – У 2-х кн. – Львів : Світ, 1994. – 472 с.
6. Исаченко А. Г. Ландшафтоведение и физико-географическое районирование: [учеб.] / А. Г. Исаченко. – М.: Высшая школа, 1991 – 366 с.
7. Маринич О.М. Удосконалена схема фізико-географічного районування України / О. М. Маринич, Г. О. Пархоменко, О. М. Петренко [та ін.] // Український географічний журнал. – 2003. – № 1. – С. 16–20.
8. Мезенцева Н. І. Суспільно-географічне районування України: навч. посіб. / Н. І. Мезенцева, К. В. Мезенцев. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2000. – 228 с.
9. Пістун М. Д. Основи теорії суспільної географії: навч. посіб. для вузів / М. Д. Пістун. – К.: Вища школа, 1994. – 156 с.
10. Слюсаренко В. К. Эколого-экономическое районирование / В. К. Слюсаренко. – К. : Наукова думка, 1990. – 108 с.
11. Шаблій О.І. Математичні методи в економічній географії. – Львів: Вид-во при Львів. Держ. Ун-ті вид. об'єдн. «Вища школа», 1984. – 140 с.

АНАЛІЗ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ У КРАЇНАХ СВІТУ

Проаналізовано основні показники, що характеризують рівень вищої освіти країн світу, на основі чого відтворено картину загальних тенденцій розвитку системи вищої освіти у різних країнах світу. На основі статистичних даних виокремлено країн-лідерів за рівнем розвитку системи вищої освіти. Під час дослідження методом кластерного аналізу країни розподілено на групи відповідно до інтегрального показника рівня ВО.

There are the basic parameters of the higher education system of the countries in the world analyzed in the article and then the picture of the general tendencies of HE system's development in different countries is reproduced. On the basis of statistical data the countries-leaders are defined by the level of higher education. During research by a method of a clustered analysis the countries are divided into groups according to an integrated parameter of a HE level.

Постановка проблеми. Основу сучасного економічного розвитку, який базується на знаннях, складає третинна освіта, якій в рамках української системи відповідає середня та вища професійна, а також післявузівська освіта (аспірантура й докторантура). Як відзначається у спеціальній доповіді Світового банку, «роль третинної освіти у формуванні економіки та демократичних товариств важлива як ніколи. Третинна освіта має вирішальне значення для формування інтелектуального потенціалу, від якого залежать виробництво та використання знань, а також для реалізації практики навчання протягом усього життя, необхідної для удосконалення знань та навичок людей».

Актуальність дослідження. Україна переживає нині процес переходу до Болонської системи організації вищої освіти. Важливим моментом при цьому є завдання не втратити той відносно високий потенціал, який має наша країна. Тому дана робота є актуальною спробою дослідити рівень організації вищої освіти в різних країнах світу.

Мета статті полягає у виявленні світових тенденцій розвитку системи вищої освіти.

Завдання дослідження. Для досягнення мети в процесі роботи були поставлені такі першочергові завдання, як дослідження рейтингів країн світу за освітніми показниками й пов'язаними з ними показниками рівня життя населення і побудова на його основі класифікаційного аналізу, проведення кластерного аналізу системи вищої освіти на основі статистичних даних та виявлення відповідних груп (за рівнем розвитку), їх рангів і країн-лідерів в кожній з них. У виконанні вищеперерахованих завдань широко застосовувались статистичні методи (індексування, ранжування, метод кластерів), географічного моделювання та прогнозування, а також системний метод. Результати проведеного дослідження можуть бути використані при складанні загальної характеристики або порівняльного аналізу системи вищої освіти як окремих країн, так і цілих регіонів світу.

Виклад основного матеріалу. У наш час світове академічне суспільство як ніколи зацікавлене вивченням проблем та перспектив розвитку системи освіти. А тому, враховуючи труднощі під час обробки, узагальнення та аналізу значного потоку інформації, для визначення світових тенденцій розвитку вищої освіти (ВО) доцільно проведення класифікації освітніх

систем країн за переліком основних показників, які найбільш повно відображують суттєві сторони системи.

В якості статистичної основи для проведення досліджень виступала інформація щодо ВО (категорія 5A/6 за Міжнародною стандартною класифікацією освіти) у країнах за даними міжнародної освітньої статистики (World Higher Education Database), адже саме вони дають відмінну можливість побачити реальну картину стану освітньої системи в більшості країн світу. У сфері ВО найбільш важливими виступають наступні параметри: індекс освіти та рівень охоплення населенням країни ВО з урахуванням динаміки розвитку та фактору масштабу; кількість студентів вищих навчальних закладів (ВНЗ) (абсолютна та у % від загальної кількості населення), що характеризує масштаб розвитку ВО у країні; експорт освітніх послуг, як відображення репутації національної системи освіти в міжнародній спільноті; доступність ВО та фінансові можливості її отримання; міжнародні рейтинги університетів країн світу; результати міжнародного дослідження якості навчання PISA – стан навчання на рівні середньої школи; масштаби дистанційної освіти.

Як відомо, індекс освіти країни є складовою частиною ІРЛП, що розраховується за спеціальною методикою ООН. Тут лідерами є Австралія, Данія, Ірландія, Ісландія, Канада, Нова Зеландія, Норвегія, Фінляндія (показник становить 0,99). Україна займає лише 27 позицію у світі за цим рейтингом. В залежності від рівня охоплення населенням ВО країни умовно поділені на три групи: в країнах I групи частка дорослого населення з ВО складає не менш ніж 15%, II групи – 10-14% і III групи – менше 10%. За цим показником перші місця займають США, Ізраїль, Норвегія, в яких 30% дорослого населення мають закінчену ВО. За останні роки найбільший приріст частки дорослого населення із закінченою ВО спостерігався в Ісландії, Данії, Норвегії (6%), Новій Зеландії, Люксембурзі, Польщі, Кореї (5%); що стосується США, то вони покращили свій показник лише на 1%. [4]

Наступний показник (частка студентів у населенні) є важливим для характеристики масштабності ВО в країні. У процентному співвідношенні частка студентів (104,8 млн чол.) складає 1.6% від загальносвітової кількості населення. За цим показником серед країн лідирує Фінляндія (5.6%), Польща (5.4%), Росія (4.8%), Нова Зеландія (4.5%), США (4.4%). А ось за динамікою росту кількості студентів перші місця займають Індія, Китай та Росія.

Аналіз експорту освітніх послуг у світі виявив безперечного лідера – США (більше 20% світового експорту), далі йдуть - Великобританія та Німеччина (по 10%), Франція, Австралія, Канада, Японія, Росія, ін.

На сучасному етапі в жодній країні світу не досягнуто рівних можливостей в отриманні ВО. Для аналізу даної проблеми використовувався такий показник як доступність ВО, що включає індикатори участі молоді у ВО, досягнутого рівня освіти молоддю та індекс соціальної рівності. Внаслідок обробки статистичних даних було виявлено, що за сумарними значеннями індикаторів лідирують такі країни: Нідерланди, Фінляндія, Великобританія, США, Канада, Австралія, Ірландія, Франція, Швеція, Італія, Німеччина, Росія, Бельгія та Австрія.

Наступні показники стосуються комплексної оцінки закладів освіти на основі світових рейтингів університетів та міжнародного дослідження якості

навчання на рівні середньої школи PISA (Programme for International Student Assessment), як базового для ВО. Так, за рейтингами ВНЗ перші позиції займають США, Велика Британія, Німеччина, Нідерланди; за результатами PISA – Фінляндія, Естонія, Ліхтенштейн, Словенія, Чехія, Польща; європейські країни – Нідерланди, Велика Британія та Німеччина зберігають свої позиції в першій 20-ці, а ось США значно відстають за цим показником. [1]

Останній показник – розвиток дистанційної освіти у країні. Як не дивно, провідні позиції у розвитку ДО займають країни, що розвиваються.

Особлива роль належить Китаю та Індії, що займають перші позиції за абсолютною чисельністю студентів у світі. Тому можна із впевненістю сказати, що у ХХІ ст. загальносвітові тенденції розвитку ВО визначатимуться в значній мірі країнами з наймасштабнішими системами освіти, а обрані ними моделі навчання обумовлювати економічні та технологічні зміни даної системи вже у глобальному вимірі.

Таблиця 1.1. Освітні параметри та показники загального розвитку країн світу

Країни	Ін рівн я осві ти (*10 0)	Ін а нас еле м ні я кра їни із ви що ю осв іто ю	Ч астка студен тів у країні від загаль ної кілько сті населе ння, %	Ч астка вигр ат держ ави на освіт у - % від ВНП (2008)	Р івень грам относ ті дорос лого насел ення країн и (%)	І розв итк у люд сько го пот енці алу	Вало вий внутріш ній продукт (млрд. \$, 2008), місце у світі	Вало вий внутрішні й продукт на душу населення (\$, 2008, місце у світі)
Австралія	99,3	2	4,0	4,5	99	0,965	800,2 (19)	38100 (25)
Данія	99,3	2	3,8	8,3	99	0,952	203,6 (51)	37100 (30)
Нова Зеландія	99,3	2	4,5	6,2	99	0,944	116,7 (61)	28000 (50)
Фінляндія	99,3	1	5,6	6,4	100	0,954	193,5 (54)	36900 (31)
Канада	99,1	2	3,0	5,2	99	0,967	1300 (15)	39100 (22)
Норвегія	98,9	3	4,0	7,2	100	0,968	275,4 (41)	59300 (5)
Республіка Корея	98,8	2	4,1	4,6	97,9	0,928	1335 (14)	27600 (51)
Ірландія	98,5	1	3,2	4,7	99	0,960	188,4 (55)	45300 (11)
Нідерланди	98,5	2	3,1	5,3	99	0,958	672 (21)	40400 (19)
Греція	98,0	1	1,9	4,4	96	0,947	343 (34)	32000 (40)
Ісландія	98,0	2	3,3	7,6	99	0,968	12,71 (140)	41800 (17)

	Франція	97,8	1	2,6	5,7	99	0,955	2128 (9)	33200 (39)
	Куба	97,6	1	2,9	9,1	99,8	0,855	108,2 (64)	9500 (108)
	Люксембург	97,5	1	4,5	3,4	100	0,956	39,37 (97)	81000 (3)
	Бельгія	97,4	1	1,8	6	99	0,948	389,3 (30)	37400 (27)
	Швеція	97,4	2	4,2	7,1	99	0,958	344,3 (33)	38100 (26)
	Іспанія	97,1	2	3,5	4,2	97,9	0,949	1403 (13)	34700 (36)
	Словенія	96,9	1	2,2	6	99,7	0,923	59,34 (85)	29600 (47)
	Литва	96,8	1	2,1	5	99,6	0,869	63,33 (83)	17800 (69)
	США	96,8	3	4,3	5,3	99	0,950	14260 (1)	46900 (10)
	Казахстан	96,6	1	1,9	2,3	99,5	0,807	175,8 (57)	11500 (96)
	Італія	96,5	1	2,3	4,5	98,4	0,945	1823 (11)	31300 (41)
	Естонія	96,4	1	2,5	5,1	99,8	0,871	27,41 (110)	21000 (58)
	Австрія	96,2	9	2,8	5,4	98	0,951	329,5 (27)	40200 (20)
	Латвія	96,1	1	2,2	5,1	99,7	0,863	38,86 (98)	17300 (710)
	Угорщина	96,0	1	3,7	5,5	99,4	0,877	196,6 (53)	19800 (62)
	Білорусь	95,8	1	2,6	6,1	99,6	0,817	114,1 (62)	11800 (93)
	Велика Британія	95,7	2	2,8	5,6	99	0,942	2226 (8)	36500 (32)
	Україна	95,6	1	5,5	6,3	99,4	0,786	339,8 (35)	7400 (124)
	Уругвай	95,5	9	2,1	2,9	98	0,859	43,16 (93)	12400 (89)
	Німеччина	95,4	1	2,3	4,6	99	0,940	2918 (6)	35400 (34)
	Польща	95,2	1	5,4	5,5	99,8	0,875	667,9 (22)	17300 (72)
	Японія	94,9	2	2,3	3,5	99	0,956	4329 (4)	34000 (37)
	Ліхтенштейн	94,8	-	-	-	100	-	4,16 (165)	118000 (1)
	Ізраїль	94,7	3	3,6	6,9	97,1	0,93	201,4 (52)	28300 (49)
	Аргентина	94,6	9	2,1	3,8	97,2	0,86	573,9 (24)	14200 (80)
	Барбадос	94,0	2	0,5	6,9	99,7	0,889	5,425 (157)	19100 (66)
	Гайана	93,9	3	0,7	8,3	98,8	0,725	2,966 (174)	3800 (158)
	Чехія	93,8	1	3,2	4,4	99	0,897	265,3 (43)	25900 (52)

Швейцарія	93,6	19	2,1	5,8	99	0,955	316,7 (39)	41800 (18)
Росія	93,3	2	4,8	3,8	99,4	0,806	2266 (7)	16100 (73)

В результаті аналізу та систематизації статистичних даних було складено таблицю основних освітніх параметрів та показників загального рівня розвитку провідних країн за індексом рівня освіти.[див. табл.1.1] У процесі аналізу спочатку були відібрані країни з індексом рівня освіти вищого за 93-94 та рівнем охоплення ВО дорослим населенням не менше 15% (позначені сірим кольором), далі з-поміж цих країн виділено ті, в яких чисельність студентів становить не менше 2 % від загального населення з їх абсолютною чисельністю не менше 0,5 млн. чол. Даним критеріям відповідають такі країни, як США, Росія, Японія, Корея, Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Канада, Австралія, Нідерланди, Польща. Останній показник, що враховувався під час аналізу країн – частка витрат держави на освіту - не менше 5% від ВВП.

Рис.1.1 Кластерний аналіз досліджуваних показників по країнах світу

Отже, остаточною лідерами за результатами комплексної оцінки сфери освіти є Канада, Нідерланди, Франція, США, Велика Британія, Польща (виділені сірим кольором). Як бачимо, це досить різні за загальним соціально-економічним розвитком країни: тут і представники «Великої Сімки», й індустріально розвинуті західноєвропейські країни, а також представник Центральної Європи (Польща).

Кластерний аналіз дає змогу провести комплексне порівняння системи ВО. [див. рис.1.1] На поданому графіку можна виділити чотири групи країн, що характеризуються певними спільними рисами розвитку вищої освіти:

- I група – країни Центральної та Східної Європи, Латинської Америки. Сюди ж потрапила і Україна. Дані країни відзначаються середнім ІРЛП, невисокими показниками ВВП (окрім Росії), ВВП на душу населення, і відповідно відносно низькими освітніми параметрами (знову ж таки окрім Росії). Присутність тут останньої зумовлено, передусім, низьким рівнем ІРЛП та ВВП на душу населення.
- II група – країни Балтики та Центральної Європи, Центральна Америка. Спільними рисами для цієї групи є значна частка витрат держави на освіту (у % від ВВП). Але це відносний показник, і високі його значення можна пояснити низькими абсолютними значеннями ВВП
- III група – високорозвинуті країни Західної Європи, Японія, Ізраїль. Це група країн з високими макроекономічними показниками та ІРЛП, значною часткою витрат держави на освіту (у % від ВВП). Дана група країн відзначається наявністю країн-лідерів за експортом освітніх послуг – Велика Британія, Німеччина, Японія. Тому однозначного лідера тут виявити важко.
- IV група – найбільша група країн, і досить різноманітна. Це так звана група регіональних лідерів. Тут і високорозвинуті індустріальні країни Європи, і країни переселенського капіталізму – Австралія, Канада, Нова Зеландія, і

«азійський тигр» Республіка Корея. Безперечним лідером цієї групи виступає США. Усі країни характеризуються високими значеннями як освітніх параметрів, так і макроекономічних показників. Частка населення країни з вищою освітою становить більше 17%, частка студентів – 3% і вище, частка витрат держави на сферу освіти – переважно більше 5%.

Також можна прослідкувати і розподіл груп за рангом: від меншого загального рівня розвитку країн I-ої групи до найвищого - IV група.

Щодо країн, що не увійшли в коло досліджуваних відзначаються Китай та Індія. Їм належить, так би мовити, особлива роль, причиною цього є перші позиції за абсолютною чисельністю студентів у світі та динамікою розвитку системи дистанційної освіти.

Висновки. Таким чином, за сукупністю досліджених показників можна виділити наступну групу провідних країн у сфері освіти. Перші позиції займають США, Нідерланди та Канада, далі йдуть Велика Британія, Японія, Росія, Австралія, Франція, Німеччина, Іспанія, Республіка Корея та Польща, в колі яких, у свою чергу, можна виділити окремі підгрупи з власними лідерами. Особливу роль відіграють Індія та Китай. На завершення треба підкреслити, що США набагато випереджають інші країни за більшістю показників, у тому числі у таких важливих областях, як експорт освітніх послуг, міжнародні рейтинги університетів, дистанційна освіта. Єдине слабке місце – результати досліджень функціональної грамотності школярів.

1. PISA 2006: Science Competencies for Tomorrow's World http://www.pisa.oecd.org/document/2/0,3343,en_32252351_32236191_39718850_1_1_1_1,00.html. 2. World Factbook/<https://www.cia.gov/library/publications>. 3. World Higher Education Database (WHED) - Всемирная база данных по высшему образованию: <http://www.unesco.org/iau/onlinebases/>. 4. Доклад о развитии человека 2007/08. С.355-356. Сайт ООН: <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr2007-2008/chapters/russian/>. 5. Мустафин М.А./Иновационная политика в развитых странах мира. – Казахстан, 2008.

УДК 911.3

Іванова О.С.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ МЕЛОГЕОГРАФІЇ УКРАЇНИ

У даній статті сформульовано поняття мелогеографії, її структуру, зв'язок з іншими науками, методи дослідження.

In this article was defined the concept of melogeography, her structure, connection with another sciences, methods of research.

Актуальність статті. Фольклор українців справедливо вважається одним з найбагатших надбань культурної спадщини європейських націй. Вивчення мелогеографії є актуальною темою на сучасному етапі розвитку

туризму в Україні, адже можна розробити багато нових екскурсійних маршрутів на основі музичної народної творчості.

Ступінь вивченості проблеми. Первинними засадами мелогографії стали дослідження музичного фольклору України та створення атласу поширення основних пісенних форм. Вивчення територіальних народномузичних стилів України ініціювали С.Людкевич, Ф.Колесса, К.Квітка. Останній довів, що пісенний тип є „етногеографічною категорією, яка підходить для фольклористичного вивчення особливостей розселення етносів у минулому”[2]. Діяльність К.Квітки окреслює перший період мелогографії – формування її завдань й аналітичного апарату, зондування територій, загальна розмітка й опис ареалів, виявлення їх суцільності, розмежування – все це поки ще без спроб картографування.[1,2]

Висунуті ідеї підхопив В.Гошовський. У 1971 р. він писав, що предмет мелогографії становлять ареали поширення пісенних типів.[1] Науковець розпочав другий період мелогографії, відзначений появою карт.[3]

Виклад основного матеріалу. Сьогодні відбувається перехід до наступного етапу мелогографії. Він характеризується детальним структурно-типологічним аналізом явищ, картографуванням встановлених структурних елементів за конкретними населеними пунктами, тобто документальне картографування. Отже, мелогографія – спеціалізований напрямок географічного музикознавства, направлений на вивчення певних життєвих циклів (епізодів) тієї чи іншої видатної особи в межах країни, а також музики під кутом зору територіального поширення цілісних об’єктів або їх елементів.

Рис. 1. Структура мело географії

Мелогографія українського мелосу (музично-поетичні форми) вивчає географію поширення різних типів музики, їх прояв в умовах сучасності.

Мелогографія композиторської музики вивчає географію та життєдіяльність композиторів, їх творчий шлях.

Естрадна мелогографія досліджує особливості вокальної та оркестрової творчості, її географію.

Табл. 1. Структура українського мелосу

<i>Український мелос</i>		
<i>Обрядовий фольклор</i>	<i>Героїчний ліро-епос</i>	<i>Лірична творчість</i>
<ul style="list-style-type: none">Сімейно-обрядова творчістьКалендарно-обрядова творчість	<ul style="list-style-type: none">БилиниДумиІсторичні пісніЛіро-епічні пісніСтрілецькі пісні	<ul style="list-style-type: none">Побутова лірикаСуспільно-побутова лірикаДитячі пісні

Мелогографія видатних осіб – напрям мелогографії спрямований на вивчення життя і творчості музикантів.

Мелогографія національних музикантів досліджує розвиток мелосу в Україні, історію формування та територіальне поширення.

Мелогографія іноземних музикантів в Україні вивчає життя і творчість

діячів, вплив фольклору на їх творчість та внесок у формування національного мелосу. Основним завданням є дослідження географічного поширення іноземних музикантів на території України.

У системі наук мелогеографія має тісні зв'язки з: географією – вивчення територіального поширення мелосів та її окремих представників у країні; музикою – вивчення музичної культури; музичною грамотою (сольфеджіо); музичною літературою – вивчення історії музики; картографією – складання та вивчення карт; туризмом – дослідження з мелогеографії можна використовувати для створення нових екскурсійних маршрутів.

Рис. 2. Зв'язок мелогеографії з іншими науками

Комплексний підхід до вивчення мелогеографії передбачає використання багатьох методів дослідження, серед них: порівняльно-географічний метод – аналіз територіального розташування мелосу, а також створення карт; історичний – простежується історія розвитку мелосу в Україні; метод систематизації – узагальнюються дані зібрані при вивченні мелогеографії та їх класифікація за характерними рисами; метод польових досліджень – збір первинної інформації, шляхом запису музичної інформації при особистому спілкуванні з населенням.

Мелогеографія як основа для розвитку нових напрямків у туризмі України потребує дослідження, виявлення зв'язків, законів та закономірностей. Складність наукових досліджень, комплексність і тривалість виконання зумовлюють необхідність подрібнення їх на взаємоузгодженні та взаємопов'язані етапи: визначення проблеми та її конкретизація; попередня розробка теоретичних положень; вивчення історико-економічного та сучасного стану опрацьованості проблеми; збір, систематизація та вивчення інформації; визначення методики та методів дослідження; працювання інформації (обчислення, групування, зведення у таблиці, побудова графіків, картосхем, розробка логічних схем); розробка висновків і пропозицій; письмове викладення матеріалів дослідження; впровадження результатів дослідження.

Метою мелогеографії є визначення сучасного стану розвитку мелогеографії в Україні, дослідження територіальних відмінностей українського мелосу та створення туристичних маршрутів для розвитку туризму.

Носіями інформації мелогеографії можуть бути різні наукові документи, а саме: книжки (монографії, підручники, навчальні посібники); періодичні видання (журнали, праці інститутів, наукові збірники); звіти про науково-дослідні роботи; інформаційні видання (інформаційні листки, реферати, бібліографічні покажчики тощо).

Висновки. Враховуючи те, що мелогеографія України – це новітній напрямок наукових досліджень, слід детально її дослідити, розробити понятійно-термінологічні основи, чітко визначити об'єкт та предмет, визначити методологію та методи, виявити зв'язки, закони та закономірності. Дослідження мелогеографії фольклору та видатних осіб є актуальною темою. Результати таких досліджень можна використовувати у розвитку туризму

України, шляхом створення нових екскурсійних маршрутів.

1. Гошовський В. Етногенетичні аспекти мелогографії // Матеріали наук.конф. пам'яті Івана Данькевича – Ужгород, 1992 – с. 318 – 320. 2. Гусев В., Марченко Ю. Календарно-песенная культура восточного Полесья (к проблеме меэтнических взаимосвязей)// Полісся: мова, культура, історія: Матер.міжнар.конф./ Редкол.: П.Ю Грищенко та ін. – Київ, 1995 – с.343 - 348 3. Грінченко М. Історія української музики, Київ, 1922

УДК 911.3

Нагорна М. М.

КОРПОРАТИЗАЦІЯ РОСІЙСЬКОГО АВІАКОСМІЧНОГО КОМПЛЕКСУ

У статті проаналізовано процеси злиття і поглинання в авіакосмічній галузі Росії. Розглянуто корпоративну структуру основних постачальників та виробників авіакосмічної галузі в умовах глобалізації. Досліджено, що сьогодні успіх на зовнішньому аерокосмічному ринку мають ті компанії, які заздалегідь сконцентрували свій інтелектуальний, науково-технічний та промисловий потенціал у формі потужних інтегрованих структур, спроможних розробляти конкурентоспроможну продукцію.

The processes of fusion and takeover in aerospace industry of Russia are analyzed in the article. The corporate structure of basic suppliers and producers of aerospace industry is considered in the conditions of globalization. Probed, that today those companies make good at the oversea aerospace market which preliminary concentrated the intellectual, scientific and technical and industrial potential in form the powerful integrated structures, able to develop competitive products.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день створення потужних інтегрованих структур (ІС) є одним з напрямів підвищення ефективності діяльності в ринковому середовищі. Цей процес є складним і залежить від збалансованого урахування низки чинників. Серед них слід відзначити рівень політичної і економічної стабільності системи, в якій функціонуватимуть ІС, їх технічні та фінансові можливості, гнучкість і оперативність системи управління ІС. Інтегровані структури (ІС) створюються з кількох успішних організацій і підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності продукції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Авіакосмічна галузь є стратегічною і має велике значення для оборони, тому раніше їй у вітчизняній суспільній географії і багатьох інших зарубіжних джерелах приділялося мало уваги. Інформація в основному зводилася до загальних даних в підручниках для вищих навчальних закладів та загальноосвітніх шкіл. Стосовно питання корпоратизації підприємств можна виділити таких провідних науковців, як Дж. Даннінг, М. Портер (Міжнародна конкуренція, 1993; Конкуренція, 2001), І.Г. Смирнов (Транспортна логістика, 2008), а також джерела Інтернет. Огляд публікацій показав, що недостатня увага приділена даному питанню.

Метою статті є аналіз та узагальнення отриманих даних; визначення сучасних особливостей корпоратизації в даній галузі в умовах глобалізації. Досягнення цієї мети зумовило необхідність постановки та вирішення таких основних завдань: пояснення змін в авіакосмічній промисловості; виявлення, та розгляд основних причин створення ІС; аналіз злиття і поглинання під впливом глобалізації в авіакосмічній галузі.

Виклад основного матеріалу. В країнах СНД процеси створення ІС

набувають складності, для них характерними є перехідний стан економік, недостатній рівень фінансування галузей, обмежений обсяг державних замовлень, недостатній рівень комерційного співробітництва тощо. Далеко не всі ІС цих країн долають шлях від створення до успішної діяльності. Ціна ж помилок, припущених при створенні ІС, є надзвичайно високою [2].

В Росії значні зміни в авіакосмічній промисловості відбулись після розпаду Радянського Союзу. Галузі були розподілені за географічною ознакою між новими пострадянськими державами. Невідворотним став їх перехід на інші формати діяльності, що потребувало радикальної структурної перебудови галузей та пошуку нових шляхів завантаження підприємств.

Російська авіаційна галузь, протягом останніх років перебувала у стані, близькому до критичного. Найбільш прибутковий сегмент ринку магістральних літаків, розрахованих на перевезення від 100 до 600 пасажирів на середні та далекі відстані, було поділено між компаніями Boeing та Airbus. Інші сегменти ринку, окрім бойової авіації, були щільно зайняті потужними іноземними компаніями, продукція яких за техніко-експлуатаційними характеристиками або перевищувала, або дорівнювала російській.

Для виходу з кризи основні зусилля були спрямовані за трьома напрямками: структурна перебудова галузі, виробництво бойової авіації та регіональних літаків для внутрішніх потреб та на експорт, розширення спільного виробництва авіаційної продукції з іноземними компаніями [2].

На кінець 2005 р. з 19 запланованих ІС було створено дев'ять, чотири перебувають на завершальній стадії формування, доцільність створення шістьох - переглядається. Сьогодні функціонують Корпорація "РСК МиГ", ВАТ "НВК "Іркут", ВАТ "Компанія "Сухой", ВАТ "Туполев", ВАТ "МАК Ільюшин", ВАТ "ОПК Оборонпром", ВАТ "Корпорація "Аерокосмическое оборудование", ВАТ "Холдингова компанія "Авиаприбор-Холдинг", ВАТ "Концерн "Авионика". Лідером структурної перебудови і налагодження партнерських відносин між державою і приватним капіталом, а також розвитку міжнародного співробітництва стало ВАТ "НВК "Іркут" (основна продукція - винищувачі Су-30МК та літаки-амфібії Бе-200). У рейтингу ста найбільших підприємств оборонно-промислового комплексу в світі за фінансовими підсумками 2004р. корпорація "Іркут" посіла 66 місце (з показником обсягу заробітку \$ 624,5 млн.). До складу Корпорації "МиГ" входять ВАТ «РСК "МиГ"»; Інженерний центр "ОКБ ім. А.І. Мікояна" (розробка і проектування); Виробничий центр ім. П.А. Вороніна (серійне виробництво в Москві, Луховіцах, Калязіне); льотний-випробувальний центр ім. А.В. Федотова та ін. [3]. Корпорація ВАТ ОПК "Оборонпром" є основним акціонером "Московського заводу гелікоптерів імені М. Л. Міля" (61,42 % акцій). 9,38 % цього заводу належить компанії Sikorsky (США).

Основним власником ВАТ "Моторостроитель" (авіаційне і космічне двигунобудування) є держава (володіє 50,67 % акцій), крупний пакет акцій належить ВАТ "Національний космічний банк" (основний акціонер - група "Каскол") – 42,25 % [3].

Під управлінням "Федерального Державного Унітарного підприємства Науково-виробничий Центр Газотурбобудування "Салют" (ФДУП НВЦ

Газотурбобудування “Салют”) знаходяться Воскресенський машинобудівний завод “Салют” (ВМЗ “Салют”), Наро-Фомінський машинобудівний завод (ВАТ “НФМЗ”), підприємство “Топаз” в м. Кишинів (Молдавія), Омське машинобудівне об'єднання імені Баранова (ФГУП “ОМО ім. П.І. Баранова”), Гаврілов-Ямський машинобудівний завод “Агат” (ГМЗ “Агат”) і ряд інших підприємств галузі.

Акціонерами «Науково-виробничого об'єднання „Сатурн“» є держава -37 % акцій, менеджмент - 57 %, інші фізичні особи - 6 % [3].

Особливу увагу приділено створенню умов для розширення міжнародного співробітництва за рахунок: участі підприємств у реалізації проектів європейських авіабудівників, покращення інвестування авіапромисловості, сприяння просуванню російської продукції на світовий ринок, участі іноземних компаній у здійсненні розробок авіаційної техніки, реалізації спільних проектів на паритетних умовах та ін. [2].

Концентрація зусиль на цих напрямках дозволила забезпечити певну підтримку авіаційної галузі Росії. За останні десять років російські підприємства разом з EADS та компаніями Великобританії, Франції, Німеччини та Іспанії здійснили понад 100 спільних проектів. Компанія Airbus у 2004 р. заявила про бажання підписати контракти вартістю 150-200 млн. євро з виробництва комплектуючих надважкого літака А-380 на російських підприємствах. Вклад компанії Boeing в авіаційну галузь Росії становить близько \$ 2,3 млрд., до 2010 р. планується інвестувати ще \$ 2-3 млрд.

Компанія EADS придбала 10 % акцій “НБК ”Иркут”. Створено підприємство “EADS Irkut Seaplane SAS” для просування на світовий ринок російського літака-амфібії Бе-200, в якому 70 % акцій належатиме російській стороні [2].

Незважаючи на впровадження наведених вище заходів, стан галузі залишається досить складним. З цієї причини у лютому 2006 року президент Росії підписав указ “Про відкрите акціонерне товариство “Об'єднана авіабудівна компанія” (ОАК)”, метою створення якої є поєднання фінансових потоків в інтересах розвитку російської авіації як одного цілого та їх оптимальний розподіл за перспективними напрямками, при одночасному звуженні номенклатури літаків, які мають вироблятися. Росія як засновник внесла в статутній капітал: 100 % - ВАТ “Авіаційна холдингова компанія “Сухой”; 15 % - ВАТ “Зовнішньоекономічне об'єднання “Авиаэкспорт”; 38 % - ВАТ “Ильюшин Финанс Ко.”; 25,5 % - ВАТ “Комсомольське-на-Амурі авіаційно - виробниче об'єднання ім. Ю.А. Гагаріна” (ВАТ “КНАВПО ім. Ю.А. Гагаріна”); 86 % - ВАТ «Міждержавна авіабудівна компанія “Ильюшин”» (ВАТ «МАК “Ильюшин”); 38 % - Відкрите акціонерне товариство «Ніжегородський авіабудівний завод “Сокол”»; 25,5 % - ВАТ “Новосибірське авіаційно - виробниче об'єднання ім. В.П. Чкалова” (ВАТ “НАВО ім. В.П. Чкалова”); 98,8 % - ВАТ “Туполєв”; 58 % - ВАТ “Фінансова лізингова компанія”; 38,2 % - “Науково-виробнича корпорація “ИРКУТ” [4].

Також до ВАТ “ОАК” були передані пакети акцій які належали державі - ВАТ “Фінансова лізингова компанія” – 13,04 %; ВАТ “Ильюшин Финанс Ко.”- 5,61 %; ВАТ “Таганрозька авіація” (ВАТ “ТАВИА”) – 51 %; ЗАТ “Авиастар-СП”- 1,25 %.

В 2007 р. під додаткову емісію акцій виділяється 100% акцій РСК “МиГ” і казанського авіазаводу. Статутний капітал ОАК складе 96,72 мільярди рублів, а частка держави – 77 %. По величині активів ОАК стане п'ятою в світі [2].

До складу ВАТ “Компанія “Сухой” входять: ВАТ “ОКБ Сухого” - 50 % + 1 акція, ВАТ “Комсомольське-на-Амурі авіаційно - виробниче об'єднання ім. Ю.А. Гагаріна” (ВАТ “КНАВПО ім. Ю.А. Гагаріна”) – 74,5 % акцій; ВАТ “Новосибірське авіаційно - виробниче об'єднання ім. В.П. Чкалова” (ВАТ “НАВО ім. В.П. Чкалова”) – 74,5 % акцій; ЗАТ “Цивільні літаки Сухого” - 87,93 % акцій.

Компанія володіє 38 % акцій ВАТ “Таганрозький авіаційний науково-технічний комплекс ім. Г.М. Берієва” (ВАТ “ТАНТК ім. Г.М. Берієва”) та 11,89 % акцій ВАТ “Корпорація “Іркут” [4].

Акціонерами ЗАТ “Цивільні літаки Сухого” є: ВАТ “Компанія Сухой” - 87,93 % акцій; ВАТ “ДКБ ім. П.О. Сухого” – 12,07 % акцій (акціонери ВАТ “ДКБ ім. П.О. Сухого”: - ВАТ “Компанія “Сухой” (50 % + 1 акція); - ВАТ “КНАВПО ім. Ю.А. Гагаріна” (5,42 % акцій); - ВАТ “ОПК “Оборонпром” (25,18 % акцій); -Приватні особи (19,4 % акцій)) [4]. ВАТ “ОКБ Сухого” володіє 12,07 % акцій ЗАТ “Цивільні літаки Сухого”. Акціонерами ВАТ “Комсомольське-на-Амурі авіаційно - виробничого об'єднання ім. Ю.А. Гагаріна” є: ВАТ ОАК (25,5 % акцій), ВАТ “Компанія Сухой” (74,5 % акцій). ВАТ “КНАВПО ім. Ю.А. Гагаріна” має 5,42 % акцій ВАТ “ОКБ Сухого”.

Власниками ВАТ “Новосибірське авіаційно - виробниче об'єднання ім. В.П. Чкалова” є: ВАТ “ОАК” (25,5 % акцій); ВАТ “Компанія “Сухой” (74,5 % акцій).

Акціонерами ВАТ «Міждержавна авіабудівна компанія “Ільюшин”» є: ВАТ “ОАК” (85,93 % акцій), приватні акціонери (14,07 % акцій).

До складу цієї компанії входить: ВАТ “Іл” - 81,07 % акцій; ВАТ “Вороніжське акціонерне літакобудівне товариство” - 30 % акцій (акціонери ВАТ “ВАЛТ”: ВАТ «МАК “Ільюшин”» (30,0 % акцій); ВАТ “АК ім. С.В. Ільюшина” (27,1 % акцій); приватні акціонери (42,9 % акцій)) [4].

Акціонерами ВАТ “Авіаційний комплекс ім. С.В. Ільюшина” стали: ВАТ «МАК “Ільюшин”» (81,07 % акцій); приватні акціонери (18,93 % акцій). ВАТ “Іл” володіє: 21,7 % акцій ВАТ “ВАЛТ”; 1,23 % акцій ВАТ “Ільюшин Финанс Ко.”. Власниками ВАТ “Ільюшин Финанс Ко.” є: Російська Федерація (17,31 % акцій); ВАТ “ОАК” (31,09 % акцій); ВАТ “АК ім. С.В. Ільюшина” (1,24 % акцій); Державна корпорація “Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)” (21,39 % акцій); приватні акціонери (28,97 % акцій).

Акціонерами ВАТ “Туполев” є: ВАТ “ОАК” (90,8 % акцій); приватні акціонери (9,2 % акцій) [4].

До складу ВАТ “Туполев” входить ЗАТ “Авиастар-СП” - 73,75 % акцій, (акціонери ЗАТ “Авиастар-СП”: ВАТ “Туполев” (73,75 % акцій); ВАТ “ОАК” (1,2497 % акцій); приватні акціонери (25,0002 % акцій)).

Акціонерами ВАТ “Корпорація “Іркут” є: ВАТ “ОАК” (38,2 % акцій); ВАТ “Компанія “Сухой” (11,89 % акцій); ООО “ЕАДС” (10,0% акцій); приватні акціонери (39,9 % акцій).

До складу ВАТ “Корпорація “Иркут” входить: ВАТ “ДКБ ім. А.С. Яковлева” - 75,46% акцій (акціонери ВАТ “ДКБ ім. А.С. Яковлева”: ВАТ “Корпорація “Иркут” (75,46 % акцій); приватні акціонери (24,54 % акцій)); ВАТ “ТАНТК ім. Г.М. Берієва” - 54,20% акцій (акціонери ВАТ “ТАНТК ім. Г.М. Берієва”: ВАТ “Корпорація “Иркут” (54,2 % акцій); ВАТ “Корпорація “Сухой” (38,0 % акцій); приватні акціонери (7,8 % акцій)); ЗАТ “Бета Ір” - 73,40% акцій [4].

Акціонерами ВАТ “ТАВІА” є: ВАТ “ОАК” (51 % акцій); ООО “Фінансово-економічна компанія “Маяк-Альфа” (34,49% акцій); приватні акціонери (14,51 % акцій).

Власники ВАТ “Фінансова Лізингова Компанія” є: ВАТ “ОАК” (51,80 % акцій); Російська Федерація (28,69 % акцій); приватні акціонери (19,51 % акцій).

Акціонерами НАЗ “Сокол” є: ВАТ “ОАК” (38 % акцій); приватні акціонери (62 % акцій) [4].

Початок трансформації ракетно-космічної галузі Росії збігся у часі з розвитком світового комерційного ракетно-космічного ринку. Російські ракети-носії, відрізнялися високою надійністю та відносно невисокою вартістю. Саме ці два чинники стали рушійною силою налагодження співпраці російських ракетно-космічних організацій і підприємств з компаніями США та країн Західної Європи.

У 1993 р. було створено перше спільне російсько-американське підприємство “Локхід-Хрунічев-Енергія”, основним призначенням якого був маркетинг носія “Протон” та його використання для запуску космічних апаратів іноземних країн. Після створення інтегрованої компанії “Lockheed Martin” було засноване вже спільне підприємство (СП) ILS, завданням якого стало надання послуг від підписання контракту до виведення космічних апаратів російським “Протоном” і американським “Атласом”. Починаючи з 1996 року, за допомогою “Протону” виведено на навколоземні орбіти 23 космічні апарати (КА) США, Канади, Індонезії, Міжнародних корпорацій “Єгиптсат”, “Азіатсат”, “Інмерсат” та ін. [2].

У 1996 р. європейським консорціумом “Аріанспейс” (15 % акцій), французькою фірмою “Aerospatial” (35 % акцій), Російським космічним агентством (25 % акцій) та самарським конструкторським бюро “Прогрес” (25 % акцій) було створене СП “Старсем”. Основними напрямками його діяльності стали маркетинг носіїв “Союз” і “Аріан” на світовому ринку пускових космічних послуг та розробка супутників дистанційного зондування Землі. З створенням СП “Старсем” Франція отримала доступ до російських носіїв, на які існував попит, а Росія - фінансову підтримку галузі та вихід на міжнародний комерційний космічний ринок. За час існування СП “Старсем” ракетою-носієм “Союз” було виведено на орбіту більше десяти супутників США та Європейського космічного агентства (ЄКА).

З метою виробництва й продажу рідинних ракетних двигунів (РРД) РД-180 було створене СП “РД-Амрос” (засновники НВО “Енергомаш” та американська фірма “Pratt & Whitney”). Першим замовником РРД РД-180 стала фірма “Lockheed Martin”, яка у 1997 році уклала контракт на постачання 101 двигуна протягом 10 років з метою подальшого їх використання на

ракетах-носіях (РН) сімейства “Атлас”. Вже поставлено 8 двигунів. Один з них встановлено на першому ступені РН “Атлас-3”, успішний запуск якої було здійснено у 2000 році [2].

У 1995 р. НВО “Полет” та американською фірмою ASA створене СП “Космос-USA” для просування російської РН “Космос-3М” на світовий комерційний ринок. НВО “Полет” мало виготовляти ракети-носії, а спільне підприємство - вирішувати допоміжні завдання з інженерного й матеріально-технічного забезпечення комерційних запусків. З 1995 року за допомогою РН “Космос-3М” виведено 12 супутників США, Німеччини, Італії, Великобританії, Китаю тощо.

Особливих успіхів Росія досягла у співробітництві з ЄКА. Вона бере участь майже у 100 спільних проектах. Одним з найбільших міжнародних проектів ЄКА та Росії є створення і використання ракетно-космічного комплексу на базі російського носія “Союз” і космодрому Куру у Французькій Гвіані.

Позитивні результати діяльності міжнародних СП сприяли процесам часткової приватизації, акціонування підприємств та створенню ІС [2].

Відоме НВО “Енергія” перетворене у ВАТ “Ракетно-космическая корпорация “Енергія” ім. С.П. Корольова”. Частка державної власності від статутного капіталу склала 32,22 % (у вигляді звичайних акцій). Спеціального права на управління корпорацією (“золотої акції”) держава не має. Статутний капітал корпорації складає близько 112,5 млн руб., співвідношення залучених коштів до капіталу - більше 300.

НВО “Енергомаш ім. академіка В.П. Глушка” перетворене у ВАТ з однойменною назвою й державною часткою статутного капіталу 80 %. Як і в ВАТ “РКК “Енергія” ім. С. П. Корольова”, в управлінні ВАТ “НВО Енергомаш ім. академіка В. П. Глушка” держава спеціального права не має [1].

Створення міжнародних СП, часткова приватизація та акціонування російських підприємств-учасників сприяло певному збільшенню іноземних інвестицій у галузь. Однак її фінансовий стан в цілому на сьогодні залишається складним. Наприклад, динаміка змін фінансового стану ВАТ “РКК “Енергія” ім. С.П. Корольова” за період 2000-2004 рр. була негативною (хоча корпорація зберегла свою платоспроможність). Щорічне “стабільне”, недофінансування Федеральної космічної програми Росії складає 50 - 60 % [2].

Висновки. Сучасний стан авіаційної промисловості в Російській Федерації ніяк не відповідає її ролі і значенню в забезпеченні національної безпеки, задоволенні транспортних потреб і вирішенні інших народногосподарських завдань. На сьогоднішній день ситуація визначається проблемами як загального порядку, так і специфічними для авіаційної галузі. Стабілізація і розвиток підприємств авіаційної промисловості сьогодні можлива лише при здійсненні комплексу заходів, направлених на вирішення першочергових проблем галузі і визначення її подальших перспектив. Лише комплексний підхід до вирішення проблем авіації і космонавтики Росії дозволить зберегти промисловий, науковий і кадровий потенціал цих галузей, які є національним надбанням країни.

1. www.kommersant.ru 2. www.nkau.gov.ua 3. www.ru.wikipedia.org 4. www.uacrussia.ru

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. *Арїон О.В.* – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.
2. *Білоус А.В.* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
3. *Бондаренко І.В.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
4. *Борідченко О.В.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
5. *Галатенко І.Г.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
6. *Гондарєва К.В.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
7. *Гуменюк А. Е.* – Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, историко-географический факультет, ассистент кафедры физической географии и геоморфологии.
8. *Доан П. В.* – студент IV курсу Київського інституту регіонального управління, підприємництва, екологічного менеджменту та туризму.
9. *Дмитрук О.Ю.* – завідувач кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.
10. *Залещик В.В.* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
11. *Іванов О.В.* студент 5 курсу кафедри країнознавства та туризму, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
12. *Іванова О.С.* – студентка 5 курсу кафедри країнознавства та туризму, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
13. *Иливанова И.В.* – Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова, историко-географический факультет, старший преподаватель кафедры природопользования и геоэкологии.
14. *Ковалевич А.І* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
15. *Короткова А.Я.* – професор кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв, кандидат географічних наук.
16. *Латуринський Т.Л.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.
17. *Литовченко І.В.* – доцент кафедри загальноекономічних дисциплін Полтавського університету споживчої кооперації України, кандидат географічних наук, доцент.
18. *Логвин М.М.* – Полтавський університет споживчої кооперації України, кандидат географічних наук, доцент.
19. *Любіцева О.О.* – завідувач кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.
20. *Маленков Р.О.* – старший викладач Інституту землевпорядкування та інформаційних технологій при Національному авіаційному університеті.
21. *Мальчикова Д.С.* – доцент кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету, кандидат географічних наук, доцент.
22. *Матвієнко В.М.* – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.
23. *Матвієнко Н.М.* – завідувач навчальної лабораторії геоінформації та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, асистент.
24. *Мотузенко О.О.* – доцент географії України Київського національного

університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.

25. *Мацюк О.В.* – студентка 4 курсу кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

26. *Нагорна М.М.* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

27. *Олійник Я.Б.* – декан географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, член-кор. АПН України, доктор економічних наук, професор., засл. діяч науки і техніки.

28. *Олеценко В.І.* – віце-президент Українського географічного товариства, кандидат географічних наук, доцент.

29. *Пацюк В.С.* – асистент кафедри фізичної географії та геології Криворізького державного педагогічного університету.

30. *Пестушко В.Ю.* – доцент кафедри країнознавства і туризму Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету, кандидат географічних наук, доцент.

31. *Пономаренко Д.В.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

32. *Радченко О.М.* – старший викладач Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького.

33. *Сировець С.Ю.* – спеціаліст навчальної лабораторії геоінформації та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, здобувач.

34. *Сливчак Н.Є.* – вчитель географії СШ № 176.

35. *Сливка Р.Р.* – кандидат географічних наук, доцент кафедри географії і природознавства Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

36. *Смирнов І.Г.* – професор кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.

37. *Стафійчук В.І.* – доцент кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.

38. *Стригун О.Г.* – магістр кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

39. *Тертична Ю.В.* – студентка 3 курсу кафедри країнознавства та туризму, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

40. *Топчієв О.Г.* – завідувач кафедри економічної та соціальної географії Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, заслужений діяч науки і техніки України, доктор географічних наук, професор.

41. *Уліганець С.І.* – доцент кафедри географії України Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кандидат географічних наук, доцент.

42. *Шищенко П.Г.* – Президент Українського географічного товариства, член-кор. АПН України, доктор географічних наук, професор, засл. діяч науки і техніки.

43. *Шепетуха О.В.* – студентка 4 курсу кафедри країнознавства та туризму, Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

44. *Шуканов П.В.* – Полтавський університет споживчої кооперації України, кандидат географічних наук, доцент.

45. *Яценко Б.П.* – професор кафедри країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор географічних наук, професор.

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА

В третьому номері наукового збірника «Географія та туризм» вміщено

35 статей 44 автора, серед яких – вчені ряду провідних вищих навчальних закладів України та науковці з Росії. До пріоритетних напрямів науково-практичних розробок слід віднести публікації з проблематики та історії національного туризму, застосування інформаційних технологій в туризмі, розвитку заповідної справи та природоохоронної діяльності в цілому.

В I розділі («Проблеми розвитку туризму в Україні та світі», 13 статей) зібрані матеріали, присвячені проблемам розвитку національного туризму, теоретичним засадам рекреаційної географії та географії туризму, вдосконаленню поняттєво-термінологічного апарату цих конструктивних напрямів географічної науки, проблематиці світового ринку туристичних послуг і питанням країнознавчого та регіонального розвитку туризму, аналізу його окремих видів. II розділ («Географія рекреації і туризму: теоретичні і прикладні питання», 13 статей) присвячений аналізу рекреаційно-туристських аспектів розвитку крупних міст, стану та перспективам розвитку туризму, дослідженню специфічних видів національного туризму, сучасному та майбутньому популярних туристських регіонів, обґрунтуванню концепцій екологічних стежок (ботанічних, сакрально-етнографічних, зоологічних, гідрологічних, історико-краєзнавчих тощо) на території великого міста. III розділ («Актуальні проблеми географії», 9 статей) містить публікації, присвячені актуальним геоекологічним та геодемографічним проблемам сучасності, питанням суспільно-екологічного районування і розвитку регіональних туристсько-рекреаційних систем.

Збірник віддзеркалює сучасні науково-практичні тенденції географічної науки, актуальні суспільно-географічні та природознавчі проблеми України (проведення акцій «Сім історико культурних чудес України», «Сім природних чудес України», організація чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012» та ін.), в вирішенні яких беруть участь географи, економісти, картографи, представники інших наук. Позитивним є те, що в збірнику представлені наукові розробки не тільки відомих фахівців-географів, а й студентської молоді (близько 30% авторів складають студенти географічного факультету КНУ імені Тараса Шевченка). В той же час ряд публікацій молодих авторів мають невисокий науковий рівень, слабку статистичну базу та поверхневі висновки. Слід відмітити і слабку наповненість збірника ілюстративно-графічним (в тому числі картографічним) матеріалом.

Загалом слід вітати вихід чергового номера збірника «Географія та туризм», що висвітлює низку актуальних теоретичних та прикладних питань рекреаційної географії, природоохоронної справи, організації туристського середовища тощо.

Бейдик О.О., доктор географічних наук,
професор кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЗМІСТ

<i>І. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ</i>
--

<i>Шищенко П.Г., Олійник Я.Б., Олещенко В.І.</i> Українське географічне товариство і проблеми розвитку туризму в Україні.....	3
<i>Любіцева О.О.</i> До питання термінології в туризмі.....	7
<i>Смирнов І.Г.</i> Новітні інформаційні технології в туристичному маркетингу	10
<i>Радченко О.М.</i> ПР і рекламна діяльність ВАТ «Інтурист» Української РСР у 70-х рр. XX ст	21
<i>Маленков Р.О.</i> Блок рекреаційно-туристичної інформації у кадастрі територій та об'єктів природно-заповідного фонду України	26
<i>Доан П. В.</i> Світові перспективи фестивального туризму України.....	31
<i>Сливчак Н.Є.</i> Екскурсійна діяльність в школі	37
<i>Пацюк В.С.</i> Аналіз світового досвіду розвитку індустріального туризму.....	39
<i>Пестушко В.Ю.</i> Кон'юнктура світового ринку туристичних послуг в умовах глобальної економічної кризи .	44
<i>Короткова А.Я., Стафійчук В.І.</i> Особливості розвитку туризму в країнах Південно-Східної Азії.....	51
<i>Яценко Б.П.</i> Культурологічні та екологічні особливості міжнародного та внутрішнього туризму Японії	57
<i>Матвієнко В.М., Матвієнко Н.М.</i> Етнографічні ресурси Туреччини як складова туристсько-рекреаційного потенціалу	65
<i>Залецик В.В.</i> Відпочинок, рекреація, туризм: зарубіжний досвід.....	71
II. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ І ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ	
<i>Арїон О.В., Мотузенко О.О., Уліганець С.І., Галатенко І.Г.</i> Туристсько-рекреаційний потенціал печерського району м. Києва.....	76
<i>Сировець С.Ю.</i> Рекреаційно-туристична діяльність в системі сталого	84

розвитку	регіону	
..		
<i>Іванов О.В.</i> Проблеми розвитку яхтинга в Україні.....	в	87
<i>Тертична Ю.В.</i> Замковий туризм в Україні.....	в	91
<i>Мацюк О.В.</i> Основні фактори розвитку туризму в країнах Південно-східної Азії на прикладі Тайланду		97
<i>Дмитрук О.Ю., Бондаренко І.В.</i> Еколого-сакральнo-бальнеологічна стежка «Дива Феофанії»		10 2
<i>Дмитрук О.Ю., Борідченко О.В.</i> Ботанічна екостежка в Голосіївському лісі .		10 4
<i>Дмитрук О.Ю., Галатенко І.Г.</i> Сакральнo-етнографічна екостежка в Голосіївському ..	лісі	10 6
<i>Дмитрук О.Ю., Гондарєва К.В.</i> Зоологічна екостежка в Голосіївському лісі.		10 9
<i>Дмитрук О.Ю., Ковалевич А.І.</i> Сакральна екoекостежка “Лиса гора”.....		11 1
<i>Дмитрук О.Ю., Стригун О.Г.</i> Краєзнавча екостежка в парку “Нивки”.....		11 4
<i>Дмитрук О.Ю., Пономаренко Д.В.</i> Гідрологічна екостежка “Київська Венеція”...		11 6
<i>Дмитрук О.Ю., Латури́нський Т.Л.</i> Історико-краєзнавча екостежка в Конча-Заспі ..		11 8
III. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ		
<i>Гуменюк А. Е., Иливанова И.В.</i> Ландшафты Чебоксарской агломерации для развития региональных туристско-рекреационных систем и рационального природопользования.....		12 0
<i>Сливка Р.Р.</i> Вплив міжнародних конфліктів на геополітичне положення України ..		12 7

<i>Мальчикова Д. С., Топчієв О.Г.</i> Територіальний підхід у вирішенні геоecологічних проблем в контексті становлення геопланувальної парадигми.....	13 4
<i>Білоус А.В.</i> Суспільно-географічні дослідження інформаційної сфери	14 0
<i>Логвин М.М., Шуканов П.В.</i> Сучасні геодемографічні проблеми і теорія “Золотого” мільярда.....	14 5
<i>Литовченко І.В.</i> Теоретико-методологічні та методичні основи суспільно-ecологічного районування	15 0
<i>Шепетуша О.В.</i> Аналіз системи вищої освіти у країнах світу.....	15 7
<i>Іванова О.С.</i> Теоретико-методологічні основи мелогографії України.....	16 3
<i>Нагорна М. М.</i> Корпоратизація російського авіакосмічного комплексу.....	16 6
<i>ВІДОМОСТІ</i> <i>ПРО</i> <i>АВТОРІВ</i>	17 3
<i>КОЛОНКА</i> <i>РЕЦЕНЗЕНТА</i>	17 5

CONTENTS

<i>I. PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE AND THE WORLD</i>	
<i>Shishenko P.G., Oliynik Y.B., Oleshenko V.I.</i> Ukrainian geographical society and problems of development of tourism in Ukraine	3
<i>Lubitseva O.O.</i> To the question of terminology in tourism.....	7
<i>Smirnov I.G.</i> The modern information technology's application in touristic marketing.....	10
<i>Radchenko O.M.</i> PR and advertisement of the JSC “Intourist” of the Ukraina SSR in the 70 th of the 20 century.....	21
<i>Malenkov R.O.</i> Block of information about recreation and tourism in a cadastre naturally commandment of fund of Ukraine.....	26
<i>Doan P.V.</i> World prospects of festival tourism of Ukraine.....	31
<i>Slivchak N.E.</i> Excursion activity at school.....	37
<i>Patsyuk V.S.</i> Analysis of world experience of development of industrial tourism...	39

<i>Pestushko V.Y.</i> The state of word tourism services market under the global economic crisis.....	44
<i>Corotkova A.Y., Staftyuk V.I.</i> Tourism Development in South East Asia.....	51
<i>Yacenko B.P.</i> Cultural and ecological features of international and internal tourism of Japan ..	57
<i>Matvienko V.M., Matvienko N.M.</i> Ethnographic resources of Turkey as the component of tourist and recreation potential	65
<i>Zaleshchik V.V.</i> Leisure, recreation and tourism on international experience.....	71
II. GEOGRAPHY OF REKREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED QUESTIONS	
<i>Arion O.V., Motusenko O.O., Yliganets S.I., Galatenko I.G.</i> Tourist and recreational potential of the Pecherskiy district of Kiev city.....	76
<i>Syrovets S.Y.</i> Recreation and tourism activity of system steady development of region.....	84
<i>Ivanov O.V.</i> The problems of development of yacht tourism in Ukraine.....	87
<i>Tertuchna Y.V.</i> Castle tourism in Ukraine.....	91
<i>Macyuk O.V.</i> Basic factors of development of tourism of South-East Asia are on the example of Tailand.....	97
<i>Dmitruk O.Y., Bondarenko I.V.</i> The sacral-balneology-ecotour “Feofaniya Magic”.....	102
<i>Dmitruk O.Y., Boridchenko O.V.</i> The botanical ecotour in the Golosyiv’s forest.....	104
<i>Dmitruk O.Y., Galatenko I.G.</i> The sacral-ethnographical ecotour in the Golosyiv’s forest.....	106
<i>Dmitruk O.Y., Gondareva K.V.</i> The zoological ecotour in the Golosyiv’s forest.....	109
<i>Dmitruk O.Y., Kovalevich A.I.</i> The sacral ecotour “Lisa Gora”.....	111
<i>Dmitruk O.Y., Stigun O.G.</i> The local lore ecotour in the park “Nivky”.....	114
<i>Dmitruk O.Y., Ponomarenko D.V.</i> The hydrological ecotour of the “Kiyv’s Venetia”.	116
<i>Dmitruk O.Y., Laturinskiy T.L.</i> The historical local lore ecotour in the Koncha-Zaspa.....	118
III. ISSUES OF THE DAY OF GEOGRAPHY	
<i>Gumenuk A.E. Ilivanova I.V.</i> Landscapes of the Cheboksarskoy agglomeration for development of the regional tourist and recreation systems and rational nature using	120
<i>Slyvka R.R.</i> Influence of international clashes on the geopolitics location of Ukraine.....	127

<i>Malchikova D.S., Topchiev O.G.</i> Territorial approach in decision geoecological problems in context of the formation geoplanning paradigms.....	13 4
<i>Bilous A.V.</i> Socio-geographical researches of the information sphere.....	14 0
<i>Logvin M.M., Shukanov P.V.</i> Modern geodemografical problems and theory of “gold” milliard	14 5
<i>Litovchenko I.V.</i> Theoretically-methodological and methodic fundamentals of social and ecological division of rigion into districts.....	15 0
<i>Shepetukha O.V.</i> analysis of the higher education system in the countries of the world.....	15 7
<i>Ivanova O.S.</i> Theoretico-methodological base of melogeography of Ukraine.....	16 3
<i>Nagorna M. M.</i> Corporatisation of the Russian aerospace complex.....	16 6
<i>INFORMATION ABOUT AUTHORS</i>	17 3
<i>COLUMN OF REVIEWER</i>	17 5

Наукове видання

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

Науковий збірник заснований у 2007 р.

Випуск 3

Лабораторія геоінформації та туризму
кафедри країнознавства та туризму
географічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Київ, проспект Глушкова, 2, к.317

Підписано до друку 28.12.2009. Формат 60х90/16 Папір офс.
Гарнітура Times New Roman. Друк офсетний. Ум. –друк. арк.12.28
Обл.-вид. арк. 12.58. Наклад 300. Замовлення № 09-25

Надруковано в ТОВ «Альтерпрес», 04112 Київ, вул.. Шамрила, 23.
Свідоцтво серія ДК № 177 від 15.09.2000 р.