

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

Серія: «Економічні науки»

8/2013



Львів
2013

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України

Львівський інститут економіки і туризму

ББК 65

В 53

Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки, молоді і спорту України. Львів. інст-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2013. — № 8. — 387 с : іл., табл. — 300 пр. — ISBN 978-966-2400-13-7.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism [Text] : collection of scientific works / Ministry of Education and Science, of young people and sport of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism ; [editor-in-chief Bochan I. O.]. — Lviv : LIET, 2013. — # 8. — 387 p.

Висвітлюються актуальні питання теоретичних і прикладних аспектів економіки, розвитку туристичної індустрії в Україні і, зокрема, в Західному регіоні; аналізуються підходи до створення туристичного продукту й організації спеціальних видів туризму. Особлива увага звертається на вивчення краєзнавства, екологічного супроводу туристичної діяльності та підготовки фахівців для даної галузі.

Для фахівців туристичної галузі, науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів навчальних закладів туристичного профілю.

Topical issues of theoretical and practical aspects of economics of the tourist industry development in Ukraine and particularly in Western region are reflected; approaches to design of tourist product and organizing special kinds of tourism are analyzed. Special attention is given to local studies issues, ecological accompaniment of tourist activity and training specialists for the given branch.

For specialists of tourist sphere, scientific and pedagogical workers, post-graduates and students of tourist educational institutions.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. *Бочан І. О.*, д. е. н., професор — головний редактор;
2. *Завальницька Н. Б.*, к. е. н., доцент, проректор з наукової роботи і туризму — заступник головного редактора;
3. *Берест Р. Я.*, д. і. н., доцент;
4. *Білонога Ю. Л.*, д. т. н., в. о. професора;
5. *Бомба М. Я.*, д. с.-г. н., професор
6. *Буряк П. Ю.*, д. е. н., професор;
7. *Васильчак С. В.*, д. е. н., професор;
8. *Доманцевич Н. І.*, д. т. н., в. о. професора;
9. *Жук Ю. Т.*, д. т. н., професор;
10. *Задорожний І. М.*, к. т. н., професор;
11. *Лащик І. П.*, к. е. н., доцент;
12. *Лихолат С. О.*, к. е. н., доцент;
13. *Майкова С. В.*, к. т. н., доцент;
14. *Майовець Є. Й.*, д. е. н., в. о. професора;
15. *Майор О. В.*, к. е. н., доцент;
16. *Михасюк І. Р.*, д. е. н., професор;
17. *Стоколос-Ворончук О. О.*, к. філол. н., доцент
18. *Параняк Р. П.*, д. с.-г. н., професор;
19. *Реверчук С. К.*, д. е. н., професор;
20. *Сокіл В. В.*, д. філол. н., професор;
21. *Тринько Р. І.*, д. е. н., професор, академік УААН;
22. *Паньків Н. Є.*, к. б. н. — відповідальний секретар

Рекомендовано до друку
вченого радою Львівського інституту
економіки і туризму (протокол № 3 від 16.04.13)

ISBN978-966-2400-13-7

© Львівський інститут
економіки і туризму, 2013
© Автори статей, 2013

ЗМІСТ

Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

<i>Брижань І. А.</i> Визначення оптимальної концепції економічного зростання та промислового розвитку України	11
<i>Герасименко А. Г., Ракша Н. В.</i> Управління еластичністю попиту як засіб максимізації ринкової влади фірми	18
<i>Парфентьевна О. Г.</i> Роль результатів економічної діагностики у використанні потенціалу розвитку підприємств автомобільного транспорту	24
<i>Міга В. К., Кіенко О. В.</i> Моделі формування трудового ресурсу регіону	29
<i>Заяць Н. О.</i> Методологічні положення організації інформаційного забезпечення комерційної діяльності	36
<i>Кулиняк І. Я., Савіцька Н. В.</i> Методи планування діяльності лізингових компаній	43
<i>Цимбалюк В. М.</i> Фінансові механізми державного регулювання суб'єктів малого підприємництва: реалії та перспективи	51
<i>Козенко А. О.</i> Зарубіжний досвід вертикального фінансового вирівнювання та його застосування в Україні	55
<i>Лиса О. В., Андрушко Р. П.</i> Суть франчайзингу та відображення його в обліку	61
<i>Корчан А. В.</i> Базові основи процесу розробки і впровадження стандартів якості обслуговування клієнтів банку	67

Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІ

<i>Негода Г. А.</i> Методичні підходи оцінки туристичного потенціалу регіону	72
<i>Димочкіна В. В.</i> Нормативно-правове забезпечення розвитку туристичної сфери в малих містах Львівщини	78
<i>Самодай В. П., Степаненко О. В.</i> Інформаційне забезпечення інноваційної діяльності туристичних підприємств	83
<i>Крап Н. П., Ладик С. Р.</i> Використання кластерного аналізу для дослідження діяльності туристичних об'єктів України	87
<i>Масюк Ю. О.</i> Формування диференційованих та диверсифікаційних рішень у стратегічній діяльності підприємств туристичної галузі	91
<i>Дідович І. І., Вайданич Т. В.</i> Підходи до диверсифікації діяльності лісових підприємств в напрямку у розвитку туристичних послуг на основі міжнародного досвіду	98
<i>Семенова І. І.</i> Підходи до визначення туризму в науковій літературі	104

Розділ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>Вітер О. М.</i> Компетентісний підхід до формування загально-економічної підготовки фахівців туристичної сфери	108
---	-----

<i>Завальницька Н. Б., Гринькевич О. С. Інструменти маркетингу та статистики в управлінні ефективністю виставкової діяльності в туризмі</i>	113
<i>Бігус М. М. Особливості застосування економічних регуляторів в управлінні конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу</i>	121
<i>Бакунов О. О., Смирнов Є. М. Оцінка конкурентоспроможності в системі стратегічного управління торговельним підприємством</i>	128
<i>Самодай В. П., Руденко А. А. Удосконалення механізму управління персоналом готельного господарства</i>	135
<i>Городня Т. А. Притаманні аспекти становлення туристичних ресурсів та визначення туристичного продукту в сфері послуг туристичних структур</i>	141
<i>Самодай В. П., Омеляненко О. М. Формування бренда як стратегічної переваги підприємства туристичного профілю</i>	147
<i>Вівчарук О. М. Підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства Львівської області</i>	153
<i>Кудла Н. Є. Мотиви прийняття рішення щодо надання послуг у сфері сільського туризму</i>	159
<i>Козенко А. О. Зарубіжний досвід вертикального фінансового вирівнювання та його застосування в Україні</i>	164

Розділ 4. ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ

<i>Озимок Г. В. Екологічні проблеми текстильного виробництва</i>	170
<i>Луців Н. В. Проблеми та основні тенденції розвитку вітчизняного ринку парфумерних виробів</i>	174
<i>Сеник Л. Я. Сучасний стан та перспективи розвитку ринку питного молока в Україні</i>	183
<i>Гущак О. М. Комплексна оцінка світlostійкості пофарбованих екстрактом відходів тютону вовняних тканин</i>	191
<i>Шаповалова Н. П. Вплив рецептурних компонентів на показники якості пастильних виробів з ламіданом і цирколатом</i>	197

Розділ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

<i>Івашків Л. Я. Вміст харчових добавок у продуктах харчування та їх небезпека для здоров'я споживачів</i>	201
<i>Сусол Н. Я. Заходи контролю норм та правил належної виробничої практики підприємств ресторанного господарства</i>	209
<i>Джсурик Н. Р. Автентичні страви української кухні в розвитку сільського західного регіону України</i>	215
<i>Жолинська Г. М. Раціональне харчування туристів у поході</i>	220

<i>Мацьків О. О., Іванов А. О. Забезпечення здорового харчування з використанням пароконвектоматів</i>	224
--	-----

Розділ 6. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

<i>Бомба М. Я. Унікальність природних ресурсів Жовківщини та їх використання для розвитку туризму регіону</i>	231
<i>Берест Р. Я., Адамішин О. М. Етнокультурний склад жителів населених пунктів Стрийського повіту Львівського воєводства у дорадянський період</i>	241
<i>Анісімович-Шевчук О. З., Бегеї О. І. Туристичні можливості сіл Ірського району Львівської області (на прикладі Новоміської сільської ради)</i>	247
<i>Юнко М. М. Топоніми Самбірщини як пам'ятки історико-культурної спадщини Прикарпаття</i>	256
<i>Козак Г. Ю. Роль топоніміки в туристичному ознайомленні з Самбірським краєм</i>	264
<i>Кучинська І. В., Безручко Л. С. Перспективи туристичного освоєння гірських сіл (на прикладі села Комарники Турківського району)</i>	270
<i>Мілашовська О. І., Удовенко А. М., Капустей М. І. Генезис, види та особливості релігійного туризму</i>	277
<i>Вільчинський А. О. Замковий туризм в межах Тернопільського Придністер'я: аспекти формування і перспективи розвитку</i>	284
<i>Опра Б. О. Костьл св. Петра і Павла як туристичний об'єкт історико-архітектурного заповідника «Кам'янець»</i>	289

Розділ 7. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

<i>Самодай В. П., Романенко С. П. Характеристика туристичного потенціалу регіонів України для розвитку сільського зеленого туризму</i>	293
<i>Гальків Л. І. Споживання туристичних послуг — дестимулятор втрат рекреаційної компоненти людського капіталу</i>	299
<i>Гнаткович О. Д., Сенів Л. Р. Визначення проектних ризиків в процесі відкриття фіто-бару при санаторно-курортному комплексі</i>	306
<i>Клапчук М. В., Клапчук О. О. Геолого-геоморфологічна будова басейну гірського Пруту, як об'єкту наукового туризму та питання заповідних територій</i>	309

Розділ 8. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ

<i>Бочан І. О. Світові тенденції та проблеми становлення круїзного бізнесу в Україні</i>	317
<i>Караван Ю. В. Використання відновлювальних джерел енергії в туризмі</i>	322
<i>Бочан І. О., Цимбалюк П. М., Цимбалюк М. Ф. Типовий проект сільського гостинного будинку для туристів</i>	334

<i>Гнаткович О. Д., Марчишин А. М. Інноваційна концепція гостинності — екологічні готелі</i>	339
--	-----

Розділ 9. АУДИТОРІЯ

<i>Караван Ю. В., Саницька А. О., Тащак М. С. Інформаційний підхід та проблематика вивчення математичних дисциплін студентами економічних спеціальностей</i>	343
<i>Кректун Б. В., Снітинський В. В., Кректун Н. М., Доценко Н. В. Удоосконалення навчальних планів підготовки студента-еколога аграрного вузу, шляхом формування спеціалізованих циклів підготовки дисциплін вільного вибору та впровадження дидактичних елементів туристичної освіти</i>	351
<i>Чаторийська О. М. Активізація пізнавальної діяльності студентів на практичних заняттях з іноземної мови</i>	358
<i>Холявко Н. І. Підвищення ефективності реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва</i>	364
<i>Баглай О. І. Значущість міжкультурного спілкування для майбутніх фахівців сфери туризму</i>	369
<i>Дуда Н. З., Цегелик Г. Г. Фінансове забезпечення вищих навчальних закладів України та його наслідки</i>	375

Розділ 10. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

<i>Паньків Н. Є. V Всеукраїнська науково-практична конференція «Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів»</i>	381
---	-----

TABLE OF CONTENTS

Section 1. ECONOMY AND ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

<i>Brizhan' I. A.</i> Viznachennya optimum conception of economy growing and industrial development of Ukraine	11
<i>Gerasymenko A., Raksha N.</i> Guiding the elasticity of demand as a vehicle of firm's market power maximization	18
<i>Parfentieva O.</i> The role of economic diagnosis results of using the development potential motor transport enterprises	24
<i>Miha V. K., Kijenko O. V.</i> The models of the formation labour resource of the region	29
<i>Zajac N. O.</i> Methodolgical provision of information of business	36
<i>Kulynyak I. Ya., Savitska N. V.</i> Methods of planning of leasing companies activity	43
<i>Tsumbajyuk V. N.</i> Finance mechanism of state regulation small business: realities and prospects	51
<i>Kozenko A. O.</i> Foreign experience of the vertical financial equalizing and his application in Ukraine	55
<i>Lysa O. V., Andrushko R. P.</i> The essence of franchising and its presentation in account	61
<i>Korchan A. V.</i> The basic principles of the process of development and implementation of quality standards for client service in the bank	67

Section 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES

<i>Negoda G. A.</i> Methodical approaches to evaluation tourist potential of the region	72
<i>Dymochkina V. V.</i> Normatively-legal providing in the sphere of development tourism in Lviv region's small towns	78
<i>Samoday V. P., Stepanenko O. V.</i> Iformational support of innovating tourism companies	83
<i>Krap N. P., Ladyk S. R.</i> The use of cluster analysis is for research of activity of tourist objects of Ukraine	87
<i>Masyuk Yu. O.</i> Forming differentiated and diversificated of decisions in strategic activity of enterprises of tourist industry	91
<i>Didovych I. I., Vaydanych T. V.</i> Aproaches to the forest enterprises diversification toward the tourism development based on international experience	98
<i>Semenova I. I.</i> The approaches to the definition of tourism in the scientific literature	104

Section 3. SOCIAL-ECONOMIC AND MANAGEMENT FUNDAMENTALS OF TOURISM ACTIVITY

<i>Viter O. M.</i> Competence approach to the formation of the overall training specialists	108
---	-----

<i>Zavalnytska N. B., Hrynevych O. S. The tools of marketing and statistics in the management of exhibition activity effectiveness in tourism</i>	113
<i>Bigus M. M. Features of economic competitiveness regulators of subjects tourism business</i>	121
<i>Bakunov O. O., Smirnov E. M. Competitiveness estimation in trade enterprise strategic management system.....</i>	128
<i>Samoday V. P., Rudenko A. A. Improvement of mechanism of management of the personnel hotell agriculture</i>	135
<i>Gorodnia T. A. The inherent aspects of the establishment of tourism resources and the tourism product in the sphere of the servise of tourist structures</i>	141
<i>Samoday V. P., Omelianenko O. N. Create a brand as a strategic advantage of the company tourist profile</i>	147
<i>Vivcharuk O. M. Going is near estimation of level of competitiveness of enterprises of restaurant economy of Lviv area</i>	153
<i>Kudla N. E. Reasons for deciding on the provision of services in the field of rural tourism</i>	159
<i>Kozenko A. O. Foreign experience of the vertical financial equalizing and his application in Ukraine</i>	164

Section 4. COMMODITY OF GOODS AND TRADE: TENDENCIES, PROBLEMS AND APPROACHES

<i>Ozymok H. V. Environmental problems of the textile production</i>	170
<i>Lutsiv N. V. The problems and basics of progress at home market of perfume wares</i>	174
<i>Senyk L.Ya. Current status and future development market drinking milk in Ukraine</i>	183
<i>Huschak O. M. Comprehensive assessment lightfastness painted extract waste tobacco woolens</i>	191
<i>Shapovalova N. P. Effect of prescription components on quality pastille products with lamidan and tsikorlakt</i>	197

Section 5. NUTRITIONAL TECHNOLOGIES AND RESTAURANT SERVICE

<i>Ivashkiv L. Ya. Review of the content of food additives in food products and their consumers health hazards</i>	201
<i>Susol N. Ya. Control measures, norms and rules of good manufacturing practices of enterprises of restaurant business</i>	209
<i>Dzhurik N. R. Aventichni foods of Ukrainian kitchen in development of rural tourism of Western region of Ukraine</i>	215
<i>Zholinska G. M. Rational feed of tourism is in hike</i>	220
<i>Matskiv O. O., Ivanov A. O. Ensuring healthy food using steamers</i>	224

Section 6. COUNTRY STUDY, CULTURE AND TOURISM

<i>Bomba M. Y. Uniqueness of natural resources of Zhovkva region and their using for the development of tourism in the region</i>	231
<i>Berest R. Y., Adamyshyn O. M. Ethnocultural composition of stryiskiy county localities residents of Lviv province in the pre-soviet period</i>	241
<i>Anisimovych-Shevchuk O. Z., Begey O. I. The tourism opportunities of villages of the Starosambir district, Lviv region (example Novomisk village council)</i>	247
<i>Yunko M. M. Toponims of Sambir region as the monuments of historical and cultural heritage of of Prykarpattya</i>	256
<i>Kozak H. Yu. Role of toponymic in tourist sexploring of the Sambirregion</i>	264
<i>Kuchinska I. V., Bezruchko L. S. The prospects of tourism mastering mountain villeges (the example villege Komarniki of Turkivskogo district)</i>	270
<i>Milashovska O. I., Udovenko I. M., Kapustey M. I. Genesis, kinds and features of religious tourism</i>	277
<i>Vilchynskyi A. O. Castle tourism within Ternopil Dnister region: perspective of development</i>	284
<i>Oprya B. O. Cathedral of st. Peter and Paul as tourist attractions historical-architectural reserve «Kamianets»</i>	289

Section 7. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION

<i>Samoday V. P., Romanenko S. P. Characteristic tourism potential of the regions of Ukraine for the development of rural tourism</i>	293
<i>Halkiv L. I. Consumption of tourist services as deterrent losses recreational components of human capital</i>	299
<i>Hnatkovych O. D., Seniv L. R. Definition of project risks during opening phyto-bar at resort complex</i>	306
<i>Klapchuk M. V., Klapchuk O. O. Geological and geomorphological strucnure of mountain part of Prut basin, as object of scientific tourism and question os the pronected terriotjries</i>	309

Section 8. TOURISM INDUSTRY INFRASTRUCTURE AND ECOLOGY ISSUES

<i>Bochan I. O. Global trends and challenges of the cruise business formation in Ukraine</i>	317
<i>Karavan Yu. V. Renewable energy in tourism</i>	322
<i>Bochan I. O., Tsymbalyuk P. M., Tsymbalyuk M. F. Typical project agricultural hospitable home</i>	334
<i>Hnatkovych O. D., Marchishin A. M. Innovative concept hospitality — ecological hotel.....</i>	339

Section 9. AUDITORIUM

<i>Karavan Yu. V., Sanycka A. O., Taszak M. S.</i> Approach information and problems study of mathematical disciplines for economics for specialties students	343
<i>Krekut B. V., Snitynskij V. V., Krektun N. M., Dotsenko N. V.</i> Improvement of curricular for students-ecologists of agrarian universities via composing specialized cycles of training of elective subjects and implementation of didactical elements in touristic education	351
<i>Chatoryiska O. M.</i> Activation of cognitive activity of students is on practical employments after a foreign language.....	358
<i>Holyavko N. I.</i> Increases of efficiency of realization of educational projects of internationak cooperation	364
<i>Baglay O. I.</i> Meaningfulness of mizhkulturnogo intercourse is for future specialists of sphere of tourism	369
<i>Dyda N. Z., Tsegelyk G. G.</i> Financial providing of higher educational establishments of Ukraine and consequences from it	375

Section 10. EVENTS. INFORMATION. REVIEWS

<i>Pan'kiv N. Ye. V</i> Allukrainian science-practical conference the «Newest tendencies in food technologies and quality and unconcern of products»	381
--	-----

Розділ 1.
ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

УДК 504:338.45

Брижань І. А.

**ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОГО
ЗРОСТАННЯ ТА ПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

У статті проаналізовані результати досліджень різних наукових шкіл, що вивчали закономірності економічного зростання та особливості розвитку промислового виробництва. На основі проведених досліджень запропонована найбільш оптимальна концепція економічного зростання та промислового розвитку з урахуванням важливих чинників державного регулювання. Підкреслено суттєвий вплив інновацій на процеси економічного зростання та промислового розвитку.

Ключові слова: економічний розвиток, економічне зростання, промисловий розвиток, інноваційний фактор, екологічні інновації.

Процеси забезпечення економічного розвитку та зростання постійно знаходяться у фокусі економічних досліджень. Це пов'язано з тим, що тільки та економіка, що динамічно розвивається та зростає, може бути основою для стабільного та благополучного суспільства. Ключовим елементом економіки є виробництво (так як на думку більшості економістів на виробництві створюється національне багатство), тому одним із головних питань економічної науки є забезпечення безперервного зростання промисловості, що нерозривно пов'язане із економічним зростанням в цілому.

В економічній літературі значна увага приділяється вивченню категорії «економічний розвиток». Роботи багатьох вчених присвячені дослідженням природи та причин економічного розвитку, зростанню багатства та його нагромадженню, а також формуванню системи ефективного розподілу та перерозподілу. Але, не зважаючи на наявність значного теоретичного доробку, в теперішній час продовжується пошук оптимальної моделі економічного зростання та промислового розвитку з урахуванням національних особливостей трансформаційних процесів та важливих чинників державного регулювання. Фрагментарність розробок визначені теми обумовлює необхідність системного дослідження теоретичних і прикладних засад процесів економічного розвитку національної економіки з урахуванням вітчизняного та зарубіжного досвіду.

Метою роботи є визначення найбільш доцільної для України концепції, що дозволить забезпечити безперервне економічне зростання та розвиток з урахуванням важливих чинників державного регулювання та в умовах обмеженості і виснаження природних ресурсів, загрози виникнення техногенної катастрофи.

Аналіз різних концептуальних підходів та дослідницьких програм економічної теорії показує, що економічне зростання є складною категорією, яка відображає взаємодію таких факторів як робоча сила, засоби виробництва, технології, природні, сировинні ресурси та ін., має кількісні та якісні критерії цієї взаємодії, що відбуваються в системі показників, та соціально-економічний результат у вигляді національного багатства і добробуту.

Період становлення поняття економічного зростання характеризується формуванням різних наукових напрямків, кожен з яких визначає причини економічного розвитку, його механізми та фактори забезпечення. Різні концептуальні підходи пропонують свої оптимальні моделі економічного розвитку на основі визначених положень природи та закономірностей зростання національного багатства. Зокрема, можна виділити сім основних наукових шкіл:

- класичний напрям;
- неокласичний підхід;
- кейнсіанський та неокейнсіанський підходи;
- інституціональний і неоінституціональний підходи;
- еволюційний напрямок;
- сучасні теорії ендогенного зростання;
- теорія сталого розвитку.

Класичний напрям виходить із того, що економічне зростання та промисловий розвиток є результатами сукупної дії тільки економічних механізмів і не повинні штучно керуватися державою. Засновниками класичного підходу є А. Сміт та Д. Рікардо.

А. Сміт доводить, що багатство народів залежить не від грошових еквівалентів, а є результатом володіння матеріальними ресурсами, які отримані внаслідок праці кожного народу за рік [1]. Вчений був глибоко переконаний, що найважливішою умовою багатства країни є принцип «невтручання» або свободи господарської діяльності. Чим менше держава втручається в економічне життя країни, тим краще для господарського розвитку. Державне регулювання доцільно тільки в тих випадках, коли свобода загрожує громадському благу.

А. Сміт вказує, що для примноження багатства краще розвивати сільське господарство, а не промисловість, у зв'язку з тим, що капітал, вкладений у землеробство, додає значну вартість до дійсного багатства і доходу. А Д. Рікардо головним вважає інтереси промисловості та виступає проти великих землевласників. Якщо А. Сміт досліджує природу економічного зростання, то Д. Рікардо вважає необхідним визначити закони та фактори зростання [2].

Критерієм віднесення економістів до класичної політекономії є ідея щодо здатності ринкової системи забезпечувати загальну рівновагу в економіці та повну зайнятість всіх виробничих ресурсів. Основна увага щодо економічного розвитку приділялась миттєвим проблемам щодо розподілу доходів, цінності й загальної рівноваги, за автономні фактори приймалися народонаселення і технічний прогрес.

Неокласичний підхід розглядає економічний розвиток та промисловість як поступовий процес, для якого характерні постійний економічний прогрес, органічний згорт та еволюція. Блага в цій економічній системі дістаються всім головним групам одержувачів доходів і поширюються на всю систему, оскільки всі елементи економіки взаємопов'язані та доповнюють один одного. Ринкова економіка характеризується здатністю до саморегулювання та встановлення рівноваги на підставі «невидимої руки» ринку. Основними школами, які представляють неокласицизм, є:

- кембриджська (А. Маршалл);
- австрійська (К. Менгер, Ф. Візер, Е. Бем-Баверк, Р. Солоу);
- лозаннська (Л. Вальрас);
- американська (Дж.Б. Кларк).

Основна праця А. Маршалла «Принципи економічної науки» стала новим спрямуванням в розвитку економічної науки. Вчений обґрунтував, що ринкова вартість товару безпосередньо визначається співвідношенням попиту і пропозиції, але, в свою чергу,

попит визначається граничною корисністю, а пропозиція — витратами виробництва [3]. Ідеї кембриджської школи панували в економічній науці до початку 30-х років ХХ ст., але промислові кризи показали необґрунтованість розрахунків А. Маршалла щодо ствердження про високу ефективність ринкового механізму і його здатність забезпечити саморегулювання промислового розвитку. Стало зрозумілим, що суперечливе явище ринкового відтворення не можна пояснити тільки з позиції мікроекономіки, тобто ізольованого раціонального суб'єкта.

На думку представників австрійської школи політекономії, суспільство — це suma господарських атомів; економічні закони — результат зіткнення індивідуальних інтересів; приватна власність, ринок, стихійний розвиток господарства «природні» та вічні категорії. До основних методологічних особливостей австрійської дослідницької програми доцільно віднести:

- ідеалістичне відображення економічних процесів і явищ;
- використання в якості головного об'єкта дослідження індивідуального господарства;
- визнання пріоритету споживання над виробництвом.

Головною відмінністю американської економічної школи маржиналізму від розробок австрійської та кембриджської економічних шкіл став аналіз проблем виробництва й розподілу, що спирається на концепцію граничної продуктивності праці й капіталу. До засновників цієї школи відносять Дж.Б. Кларка, який вніс ідею про статику й динаміку господарської системи в методологію маржиналізму [4].

Згідно методологічних передумов неокласичної економічної теорії під час аналізу економічного зростання необхідно враховувати те, що вартість продукції створюється всіма виробничими факторами. Крім того, кожен фактор виробництва вносить свій внесок у створення вартості продукції у відповідності з усіма граничними продуктами, внаслідок чого отримується дохід, що дорівнює граничному продукту. Суттєве значення для аналізу економічного зростання має залежність між випуском продукції та ресурсами, що знаходить відображення у відповідних виробничих функціях. Але під час використання даного типу взаємозалежності варто враховувати фактор їх взаємозамінності.

На противагу неокласичному підходу, що визначав здатність ринкової економіки до саморегулювання та встановлення рівноваги на основі гомеостазу, кейнсіанський напрямок економічної теорії наполягав на державному втручанні в процеси економічного зростання та промислового розвитку. Світова економічна криза 1920–1930-х років емпірично довела недосконалість механізму державного невтручання в економічні процеси. До основних представників цього напряму відносять Дж. Кейнса, С. Фудзіно, О. Сімомура, Д. Тобіна. У своїй роботі «Загальна теорія зайнятості, відсотка і грошей» Дж. Кейнс піддав критиці основні постулати класичної теорії, згідно з якими конкурентний механізм здатний завжди забезпечити повне використання факторів виробництва, а також запропонував інший підхід до забезпечення економічного зростання. Він обґрунтував необхідність державного втручання в економіку з метою виправлення провалів ринку.

Кейнсіанський та неокейнсіанський напрями виходять із інтегративного розуміння економічного зростання та виключної ролі промисловості в економіці. Його представники вважають, що економічне зростання пов'язане з впливом великої сукупності як економічних, так і неекономічних чинників. Механізм ринкової системи господарювання не дозволяє автоматично забезпечувати усунення безробіття та промислової кризи. Тому виникає необхідність в активному втручанні держави в макроекономічне функціонування ринкового господарства.

Еволюційний напрямок припускає, що економічне зростання є результатом постійного розвитку і ускладнення національної економіки, яке проявляється через інноваційну

складову промислових підприємств. Основна увага приділяється дослідженню процесів економічної динаміки на тривалих інтервалах часу, коли виявляються нелінійні властивості промислових систем, що еволюціонують (наприклад, зміна технологічних укладів у результаті науково-технічного прогресу та інноваційної діяльності, що призводить до природного відмиралення цілих галузей). Представниками даного наукового напрямку вважають Й. Шумпетера, Р. Нельсона, С. Унтера.

Й. Шумпетер запропонував використання інноваційного фактору для пояснення причин економічного зростання та промислового розвитку [5]. Основу його робіт склав синтез елементів інституціоналізму та посилок неокласичного напряму економічних досліджень. Й. Шумпетер пов'язує циклічну форму розвитку економіки з інноваційною діяльністю. Виділивши і встановивши зв'язок між трьома типами циклів (тривалих, класичних і коротких), Й. Шумпетер виводить існування економічних циклів з періодів впровадження інновацій. Останні здійснюються ривками, коли один винахід «тягне» за собою інші нововведення. Це породжує періоди загального підйому, які можуть змінюватися періодами загального спаду. Причиною економічних криз є паніка, пов'язана з припиненням економічного бума. Ключовим фактором економічної кризи є психологічний мотив.

Багато сучасних досліджень базується на еволюційному підході, основною перевагою якого є розгляд економічного об'єкта з позицій поступового розвитку, незворотного і спрямованого на зміни, переходу від одного стану до іншого, аналогічно біологічним мутаціям і відбору. Але не зважаючи на позитивні риси, еволюційний підхід має низку методологічних недоліків:

- проблема запозичення основних дефініцій. Використання біологічної «мови» в економічних дослідженнях призводить до іншого значення деяких термінів. Так, ключовою одиницею природного відбору є гени. Тоді як в економічних дослідженнях відсутня едина думка про сутність цієї дефініції на мікрорівні;
- еволюційний процес нерозривно пов'язаний з появою нового, що потребує звернутися до новітніх підходів проблеми пошуку закономірності та причинності соціально-економічних явищ;
- використання рівноважної парадигми, яка принципово відрізняється від ідеї еволюції, але має формальний інструментарій. Для опису еволюційних процесів використовуються теорії нелінійних систем, хаосу, біfurкацій, генетичні алгоритми та ін. Але варто відзначити, що ці методи також знаходяться на стадії розробки.

Використання методології еволюціонізму прихильників методологічного монізму призвело до виникнення нових напрямів в наукових дослідженнях. В економічній теорії еволюціонізм став підґрунтам для інституціоналізму, який був започаткований наприкінці XIX ст. До основних представників цього напряму економічних досліджень відносять Т. Веблена, Дж. Коммонса, Дж. Гелбрейта та ін. Праці цих вчених та їх послідовників об'єднує ідея врахування впливу на економічне зростання всієї сукупності суспільних відносин і необхідності державного втручання в економіку.

Заслугою засновників раннього інституціоналізму є аналіз економічного та промислового розвитку з позицій соціальних структур і культурно-історичних особливостей суспільства, що забезпечують її функціонування як единого цілого. Вони ввели такі базові поняття як «інститут», «трансакція», «нове індустріальне суспільство». У 60–70 роки ХХ ст. особливо зрос інтерес до інституціоналізму в зв'язку з розвитком науково-технічного прогресу і несподіваними соціальними конфліктами. Дослідження Дж. Гелбрейта вирішують ці питання за допомогою концепції «індустріального суспільства» [6]. Основою даного напряму досліджень є реальна економіка, розвиток якої залежить від сукупного попиту ринку, діяльності корпорацій-олігополій та державних інститутів.

Нове індустріальне суспільство представлено сукупністю «плануючої системи» і «ринкової системи», управління якими здійснюється висококласними фахівцями-менеджерами (техноструктурою). У своїх дослідженнях Дж. Гелбрейт прагнув довести, що застосування складної та все більш досконалої техніки веде до насичення ринку споживчими товарами та створення ефективно організованої системи послуг і, як наслідок, до стирання соціальних відмінностей в суспільстві.

Неоінституціоналізм поєднав використання неокласичного підходу з інституціоналізмом і виник внаслідок необхідності подолання характерного для неокласики обмеженого розуміння раціональності. Основними представниками неоінституціоналізму вважають Р. Коуза, О. Вільямсона, Д. Норта, Дж. Бьюкенена, М. Олсона, Р. Познера. В основі неоінституціоналізму лежить принцип, відповідно до якого інститути утворюють базисну структуру, спираючись на яку, люди протягом всієї історії створювали певний порядок. При цьому інституційна структура суспільства створює систему стимулів до ефективної діяльності в сфері мікроекономіки. Даної теорії створила логічну послідовність, яка розвиває основні положення неокласики: поведінка економічного суб'єкту, що максимізує результат в умовах невизначеності навколошнього середовища—платність інформації—трансакційні витрати—інститути—організації. При цьому центральне місце в дослідженні соціально-економічних систем займають трансакційні витрати. Даної системи категорії стала підґрунтям для дослідження інноваційного розвитку та розробки механізмів його стимулювання.

Сучасні теорії ендогенного зростання намагаються визначити стійкий темп зростання в рамках ендогенної моделі, пов'язуючи його з можливими кількісними та якісними факторами: ресурсними, інституційними та ін. У цих моделях до основних факторів розвитку промисловості та економічного зростання відносять технічний прогрес, темпи приросту робочої сили, норму заощадження, рівень інвестицій в людський капітал, норму нагромадження людського капіталу. Представниками теорії ендогенного зростання є Р. Лукас, М. Фрідман, Ф. Кідланд, Е. Прескотт, П. Ромер, Дж. Гроссман, Е. Хемлпман, Г. Сільверберг. У традиційних моделях зростання основна увага приділялася праці та капіталу. Технічний прогрес розглядався тільки як екзогенний фактор. В останнє десятиліття ХХ ст. обґрунтовано ендогенну природу технічних змін, які продовжують зростання. Сам технічний прогрес часто має форму людського капіталу.

Сучасна теорія ендогенного економічного зростання виходить з того, що її «внутрішні» змінні характеризують стан модельованої системи. Основною рушійною силою економічного зростання є його середовище, тобто внутрішні чинники. Але використання в моделях спеціальних і не достатньо обґрунтованих припущень щодо характеру модельованих технологічних процесів, природи наукової діяльності, формування та використання людського капіталу, структури ринків значно ускладнює обґрунтування результатів цієї теорії.

Особливої уваги заслуговує теорія сталого розвитку, яка покликана замінити концепцію економічного розвитку «кінця труби». Її формування здійснювалось внаслідок поступового усвідомлення суспільством природоохоронних, економічних і соціальних проблем, які впливають на стан природного середовища. Згідно цієї теорії за мету ставиться такий розвиток суспільства, за якого здійснюється задоволення потреб теперішніх поколінь, що не ставить під загрозу можливість майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

Теорія сталого розвитку визначає необхідність забезпечення гармонійного розвитку суспільства в системі «суспільство—виробництво—природа». Такий розвиток припускає відмову від сформованої на практиці концепції екстенсивного економічного зростан-

ня, що базувалася на уявленні про невичерпність і необмеженість можливостей природного середовища до самовідновлення. Сталий розвиток розглядається як процес гармонізації продуктивних сил, через який забезпечується задоволення необхідних потреб усіх членів суспільства за умови збереження і поетапного відновлення цілісності природного середовища, створення можливостей для рівноваги між його потенціалом і потребами людей усіх поколінь.

Головним недоліком підходу сталого розвитку є відсутність методологічної бази, яка б стала основовою для розробки індикаторів сталого розвитку та розробки відповідного інструментарію та механізмів досягнення поставлених цілей та задач.

Дослідження теоретико-методологічних підходів та основних дослідницьких програм економічного зростання та промислового розвитку показало, що існують дві крайні точки зору на можливості забезпечення безперервного росту промислового виробництва:

- концепція «невітручення» в ринкові процеси;
- державне регулювання та підтримка економічного зростання.

При цьому більшість досліджень концентрувалось навколо об'єкту процесу регулювання — праці або капіталу. Сам процес регулювання зводиться до вибору обсягів та напрямків інвестування. Однак емпіричні дослідження показали, що з середини ХХ ст. істотним обмеженням для ефективного росту став екологічний фактор, що виражається як в скороченні природних ресурсів, так і в погіршенні якості традиційних факторів. Тому одним із варіантів, що дозволить забезпечити безперервне економічне зростання та розвиток, є концепція сталого розвитку, яка направлена на гармонічне поєднання економічних, соціальних та екологічних цілей розвитку. В рамках цієї концепції, яка передбачає активне державне регулювання економічних процесів із врахуванням соціальних та екологічних особливостей окремих країн, можливе вирішення проблеми безперервного економічного зростання та розвитку.

В якості важливого елемента економічного зростання та промислового розвитку виступають інновації. Проведені дослідження показали, що інновації є внутрішнім фактором економічної системи, впливають на загальну рівновагу ринкової системи з середини та забезпечують зростання ефективності виробництва й конкурентоспроможності економіки. Проте невирішеним залишається питання щодо визначення кількості технічних винаходів, врахування різких змін соціально-економічної ситуації, ступінь використання винаходів. Існує багато прикладів коли екологічні, організаційні чи соціальні інновації є значно важливішими і результативнішими, ніж технічні. Тому з появою теорії сталого розвитку, особливої уваги заслуговує такий інноваційний чинник, як екологічні нововведення та інновації.

Таким чином, необхідність вирішення нових економічних задач вимагає пошуку нових підходів, які здатні пояснити та забезпечити безперервне економічне зростання в нових умовах функціонування. Серед теорій, які спрямовані в тій чи іншій мірі на вирішення сучасних проблем забезпечення економічного зростання в умовах обмеженності та виснаження природних ресурсів, загрози виникнення техногенної катастрофи, варто виділити теорію сталого розвитку. Але вирішення проблеми забезпечення сталого розвитку пропонується здійснювати, поєднуючи досягнення інноваційного та інших підходів, що забезпечить можливість розробки дієвого механізму та інструментарію, здатного врахувати комплексно всі чинники, що впливають на економічне зростання.

Література

1. Сміт А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Сміт. — М. : Ізд-во соц.-екон. л-ры, 1962. — 684 с.
-

-
2. The Principles of Political Economy and Taxation [Текст]. / D. Ricardo, 1817.
3. Маршалл А. Основы экономической науки [Текст] / А. Маршалл. — М. : Эксмо, 2007. — 832 с.
4. Сэндлер Т. Экономические концепции для общественных наук [Текст] / Т. Сэндлер. — М. : Весь Мир, 2006. — 376 с.
5. Шумпетер Й. Теория экономического роста [Текст] / Й. Шумпетер. — М. : Прогресс, 1982. — 346 с.
6. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество [Текст] : Избранное / Дж.К.Гэлбрейт. — М. Эксмо, 2008. — 1200 с.

Брижань И. А.

ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧЕСКОГО РОСТА І ПРОМЫШЛЕННОГО РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ

В статье проанализированы результаты исследований различных научных школ, которые изучали закономерности экономического роста и особенности развития промышленного производства. На основе проведенных исследований предложена наиболее оптимальная концепция экономического роста и промышленного развития с учетом важных факторов государственного регулирования. Подчеркнуто существенное влияние инноваций на процессы экономического роста и промышленного развития.

Ключевые слова: економічне зростання, промисловий розвиток, інноваційний фактор, екологіческие инновации.

Brizhan' I. A.

VIZNACHENNYA OPTIMUM CONCEPTION OF ECONOMY GROWING AND INDUSTRIAL DEVELOPMENT OF UKRAINE

The article analyzes the results of studies of different scientific schools who studied the regularities of economic growth and industrial production. Based on these studies the best concept of economic growth and industrial development was proposed taking into account the important role of state regulation. The significant influence of innovation on economic growth and industrial development is emphasized.

Keywords: economic development, economic growth, industrial development, innovation factor, ecological innovations.

УДК: 330.112.1:338.242

Герасименко А. Г., Ракша Н. В.

УПРАВЛІННЯ ЕЛАСТИЧНІСТЮ ПОПИТУ ЯК ЗАСІБ МАКСИМІЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ВЛАДИ ФІРМИ

В статті досліджено теоретичну концепцію оберненого взаємозв'язку еластичності попиту і ринкової влади, пояснено і проілюстровано результатами емпіричного дослідження дію факторів його обмеження. Виходячи з досліджуваного взаємозв'язку, розроблено умову максимізації ринкової влади та економічної ренти фірми.

Ключові слова: ринкова влада, еластичність попиту за власною ціною блага, перехресна еластичність попиту, кросцінова еластичність, економічна рента.

Економічна теорія, втім як і господарська практика, визначають ринкову владу як здатність суб'єкта господарювання визначати умови реалізації продукції на ринку, її ціну. Наприклад, Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єкта господарювання на ринку (далі — Методика) серед ознак ринкової влади виділяє:

- здатність суб'єкта господарювання, який не є єдиним виробником деякого товару, диктувати свої умови під час його продажу, укладення договору про поставки, а також нав'язувати споживачу невигідні умови;
- здатність суб'єкта господарювання шляхом монополізації ринку постачання виробничих ресурсів обмежувати конкуренцію, витісняти з ринку інших підприємців, які виробляють відповідні товари із застосуванням цих виробничих ресурсів, або створювати бар'єри вступу на ринок;
- здатність суб'єкта господарювання скорочувати або обмежувати випуск товарів і постачання їх на ринок збути з метою отримання однобічної користі під час купівлі або продажу товарів, під час укладання договорів і угод про постачання товарів, за умови що інші суб'єкти господарювання, які є його конкурентами, не здатні компенсувати утворений дефіцит;
- здатність суб'єкта господарювання підвищувати ціни на товари і підтримувати їх на рівні, що перевищує рівень, обумовлений конкуренцією на ринку.

Пояснюючи ж джерела ринкової влади, іншими словами передумови, що призводять до здобуття суб'єктом господарювання описаних вище здатностей, Методика вказує на велику частку суб'єкта господарювання в сукупному обсязі ринкових продажів, високий загальний рівень концентрації ринку, бар'єри входження на ринок для потенційних конкурентів, наявність у суб'єкта господарювання особливих прав, повноважень, пільг, зокрема наданих органами влади, органами місцевого самоврядування, органами адміністративно-господарського управління та контролю чи інших суб'єктів господарювання, які займають монопольне (домінуюче) становище [1]. При цьому повністю ігнорується таке джерело ринкової влади, як еластичність ринкового попиту.

Визначаючи кут нахилу кривої залишкового попиту на товар відповідної фірми, марки, моделі тощо, коефіцієнт еластичності попиту за власною ціною блага здавна слугував індикатором ринкової влади. Ще А. Пігу побудував свою теорію сегментної цінової дискримінації на ключовій ролі еластичності попиту в процесі ціноутворення [2, с. 342–361]. Від значення еластичності попиту за власною ціною блага відштовхується у своїй моделі ціноутворення на засадах мінімізації чистих суспільних втрат на регульованих ринках Ф. Рамсей [3, с. 47–61]. Аналіз місця і ролі еластичності попиту в теорії та практиці ціноутворення також був предметом досліджень А. Кана, С. Брауна і Д. Сіблєя, В. Гальперіна, А. Ігнатюка, С. Слухая. Обернений взаємозв'язок між еластичністю

попиту й величиною ринкової влади теоретично довели А. Лернер, Р. Кларк, С. Девіс і М. Уотерсон, Д. Хей і Д. Морріс, Т. Шеллінг, А. Слуцький, С. Авдашева та ін. А ось намагання підтвердити останнє на практиці зазнали поразки.

Виходячи із вище викладеного, ми ставимо за мету, відштовхуючись від розробленої А. Лернером та його послідовниками теорії зворотного взаємозв'язку між еластичністю і ринковою владою, з'ясувати причини невдалих результатів її емпіричної перевірки, а виходячи з останнього, — розробити пропозиції щодо оптимізації стратегії управління величиною еластичності ринкового попиту як засобу максимізації ринкової влади й економічного прибутку фірми.

Порівнюючи два одинакові за ємністю і за функціями витрат ринки з різним рівнем еластичності попиту за власною ціною блага, бачимо кардинально різні можливості фірми щодо вилучення економічної ренти на них (рис 1).

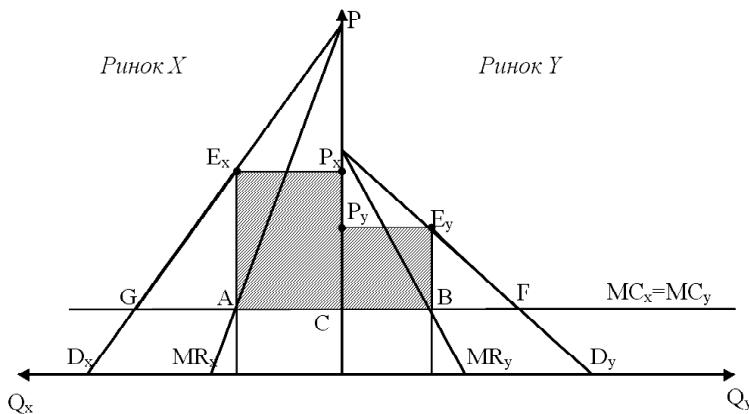


Рис. 1. Вилучення економічної ренти на ринках з різною еластичністю попиту

На ринку X , де попит є менш еластичним за попит на ринку Y , величина економічної ренти (заштрихований прямокутник $AExPxC$) є значно більшою за величину економічної ренти на ринку Y (прямокутник $PyEyBC$). Аналогічним є розподіл чистих суспільних втрат між ринками. Трикутник таких втрат $GAEx$ на ринку з нееластичним попитом є більшим за аналогічні втрати на ринку Y (трикутник $EyFB$). Отже, очевидним є вплив еластичності попиту на пропорції перерозподілу благ у суспільстві, опосередкований формуванням та експлуатацією ринкової влади. Чим нижчим є значення коефіцієнту еластичності залишкового попиту за інших незмінних умов, тим вищою буде ринкова влада відповідного суб'єкта господарювання. Якби в умовах монополії могла існувати абсолютно еластична крива попиту, то вона б звела нанівець усю ринкову владу такого монополіста, позбавляючи його здатності управляти ціною з метою максимізації свого прибутку. Натомість стрімка крива ринкового попиту здатна забезпечити деяку ринкову владу компанії навіть за умови наявності великої кількості конкурентів.

Залежність величини економічної ренти, як безпосередньої цілі та результативного індикатора ринкової влади від рівня еластичності залишкового попиту формалізує А. Лернер. Керуючись правилом максимізації прибутку, він доводить рівність маржі такого прибутку значенню оберненої еластичності залишкового попиту для всієї множини станів ринкової рівноваги:

$$m = \frac{P - MC}{P} = \frac{1}{\varepsilon}, \quad (1)$$

де m — маржа економічного прибутку;

P — ціна товару;

MC — граничні витрати його виробництва;

ε — еластичність попиту за власною ціною блага [4, с. 556–560].

Ця рівність відома економічній теорії під назвою Індекс Лернера і вважається одним із основних індикаторів ринкової влади фірми.

У другій половині ХХ ст. ідеї А.Лернера отримали подальший розвиток у роботах його послідовників, які, абстрагуючись від повної монополії, модифікують формулу розрахунку Індексу Лернера в залежності від характеру ринкової рівноваги. Для олігопольних ринків, учасники яких дотримуються некооперативних стратегій олігополістичної рівноваги, Д.Хей і Д.Морріс визначають величину маржі економічної ренти окремої фірми як співвідношення її ринкової частки й еластичності залишкового попиту:

$$m_i = \frac{(P_i - MC_i)}{P_i} = -\frac{s_i}{\varepsilon_{p_i}^{d_i}}, \quad (2)$$

де s_i — частка i -тої фірми в ринкових продажах;

$\varepsilon_{p_i}^{d_i}$ — еластичність залишкового попиту на продукцію i -тої фірми за власною ціною блага [5, с. 242].

Для олігопольних ринків, що діють в умовах кооперативної рівноваги, Р. Кларк, С. Девіс і М. Утерсон [6, с. 435–450] розробили наступну модифікацію Індексу Лернера:

$$m_i = (\beta - 1) \frac{s_i}{\varepsilon_{d_i}^{p_i}} - \frac{\beta}{\varepsilon_{d_i}^{p_i}}. \quad (3)$$

Спільним для всіх цих формул залишається одне — обернено пропорційна залежність між рівнем економічної ренти й значенням еластичності залишкового попиту. Це свідчить на користь використання коефіцієнту еластичності залишкового попиту у якості індикатора рівня ринкової влади суб'єктів господарювання. Втім, широкого використання в господарській практиці він не здобув. Причин тут декілька. Перш за все, розрахунок значення залишкової еластичності попиту є надзвичайно складним. Динаміка цін, окрім чистих ефектів заміщення і доходу, покладених в основу розрахунку коефіцієнта еластичності попиту, в реальній економіці обумовлюється ще цілим рядом факторів, зокрема, інфляційними процесами, динамікою технологічних змін тощо. Динаміка обсягів попиту — динамікою доходів населення, доступністю кредитних ресурсів, відносною інтенсивністю переконуючої реклами як інструменту міжгалузевої конкуренції та ін. На макрорівні дослідження кожного із цих показників додатково обмежується інституційними рамками системи національного статистичного обліку.

Ще однією причиною обмеженості можливостей практичного застосування коефіцієнту еластичності залишкового попиту з метою виміру рівня ринкової влади є продуктова диференціація. На ринках диференційованої продукції на відміну від ринків однорідної продукції, частка яких з кожним роком в економіці скорочується все більшою мірою, коефіцієнт еластичності залишкового попиту, окрім прямого (ймовірно від'ємного) впливу зміни ціни на випуск деякої фірми ($\partial q_i / \partial p_i$), характеризується ще й опосередкованим (ймовірно додатнім) впливом відповідної цінової зміни на обсяг попиту продукції, обумовленої зміною цін на найближчі товари замінники ($(\partial q_i / \partial p_i)(\partial p_i / \partial p_i)$).

$$\varepsilon_{d_i}^{p_i} = \left(\frac{\partial q_i}{\partial p_i} + \frac{\partial q_i}{\partial p_i} \frac{\partial p_i}{\partial p_i} \right) \frac{p_i}{q_i}, \quad (4)$$

де p_i — ціна продукції i -тої фірми;

q_i — обсяг платоспроможного попиту на продукцію i -тої фірми [5, с. 244].

В залежності від того, яка із двох складових зміни виявиться потужнішою, еластичність залишкового попиту на ринках диференційованої продукції може набувати як додатного, так і від'ємного значення, відповідно по різному впливаючи на величину економічної ренти.

Підтвердження цій думці знаходимо в сучасній практиці господарювання. Під час проведеного нами польового дослідження динаміки продажів ряду алкогольних та безалкогольних напоїв в мережі магазинів при автозаправних станціях на всій території України було отримано доволі неоднорідні пропозиційні й групові значення коефіцієнтів еластичності попиту за власною ціною блага (табл.1), що відображають різну силу прямого та опосередкованого впливу зміни ринкових цін на попит, чим підтверджують неспроможність коефіцієнта еластичності залишкового попиту щодо ідентифікації та виміру ринкової влади.

Втім, описана обмежена ефективність коефіцієнту еластичності залишкового попиту у справі виміру рівня ринкової влади не означає відмову фірм від використання концепції еластичності у власних стратегіях максимізації економічної ренти. Керуючись формулами 1 та 4, перепишемо формулу розрахунку маржі економічної ренти в категоріях еластичності.

$$m_i = \frac{1}{\varepsilon_{d_i}^{p_i} - \varepsilon_{d_i}^{p_j} \cdot \varepsilon_{p_j}^{p_i}}, \quad (5)$$

де $\varepsilon_{d_i}^{p_j}$ — перехресна еластичність попиту на продукцію i -тої фірми в залежності від зміни ціни на продукцію фірми-конкурента j ;

$\varepsilon_{p_j}^{p_i}$ — кросцінова еластичність або еластичність зміни ціни одиниці продукції фірми-конкурента j при ініціативній зміні ціни на продукцію i -тої фірми [5, с. 244].

З цієї формули стає очевидним, що запорукою максимізації економічної ренти, як результату реалізації ринкової влади суб'єкта господарювання, є не стільки мінімізація прямої еластичності попиту, скільки її оптимізація зі значеннями перехресної і кросцінової еластичностей залишкового попиту. Добуток двох останніх повинен прямувати до величини рівної або незначно меншої прямої еластичності залишкового попиту. Адже, якщо він буде більшим за значення прямої еластичності, то економічна рента набуватиме від'ємного значення, перетворюючись на економічний збиток фірми. Якщо значно нижчим — максимізуватиметься значення прямої еластичності залишкового попиту, що знаходиться в обернений залежності з маржею економічної ренти фірми. Звідси виписуємо умову максимізації величини економічної ренти за значенням еластичності попиту:

$$\varepsilon_{d_i}^{p_i} = \varepsilon_{d_j}^{p_j} \cdot \varepsilon_{p_j}^{p_i} \rightarrow \max m_i. \quad (6)$$

Усвідомлюючи таку систему взаємозв'язків фірми, що прагнуть встановити або закріпити на ринку власну ринкову владу, повинні спрямовувати свої зусилля на оптимізацію зазначених показників. В залежності від цільового рівня перехресної еластичності — правильно обирати тип рекламних повідомлень: диференціюючі або нагадуючі; в залежності від цільового значення еластичності попиту за власною ціною блага, скажімо, підвищувати або послаблювати ступінь композитності попиту на свій товар; в залежності від значення кросцінової еластичності — посилювати або послаблювати цінову конкуренцію за рахунок нецінової, а також вдаватися до інших механізмів коригування еластичності попиту.

Таблиця 1

Позиційний групові коефіцієнти еластичності попиту за власною ціною білага

Торговельна марка	Виробник	Коефіцієнт еластичності попиту за власною ціною	Торговельна марка	Виробник	Коефіцієнт еластичності попиту за власною ціною
АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ					
<i>Горілка</i>					
Хлібний дар	Національна горілчана компанія	-2,9	Моршинська	МЗМВ «Оскар»	3,7
Хортія	ПТЗ «Хортія» (Global Spirits)	5,5	Волація	The Coca-Cola Company	-0,1
Nemiroff	Nemiroff Холдинг	-2,5	Міргородська	Міргородський завод мінеральних вод	1,9
Цельсій	Національна горілчана компанія	-4,5	Borzhomi	ПДС Вороніж Georgia	2,5
Медофір	ЗАТ «Союз-Ектор»	-3,1	Бюла	ТОВ «Ерлан LTD»	-0,8
Істіна	УАК «Оміліт»	-13,5	Оболонська	ЗАТ «Собіточ»	1,7
Прайм	УАК «Оміліт»	5,9	Софія Київська	КЗБН «Росніка»	-1,1
Коганка рада	Національна горілчана компанія	-3,6	Прозора	ЗАТ «Собіточ»	4,7
Благодір	Global Spirits	112,9	Бон Буассон	ТПЗ RAINFORD	-36,1
Карпат	ЗАТ «Карпат»	0,8	Старий Мініргород	Міргородський завод мінеральних вод	-4,6
SV	Союз Ектор	24,6	Поляна Красова	БАТ «Свадєвські мінеральні води»	7,2
<i>В середньому по групі алкогольних спиртів</i>					
<i>Шампанське вино</i>					
Артемівське	Артемівський завод шампанських вин	-0,2	Сорочинська	Березівські мінеральні води	-2,7
Радянське шампанське	Кінв. з.д шампанських вин «Столичний»	2,9	Карпатська джерельна	Міргородський завод мінеральних вод	1,5
Французький бульвар	ЗАТ «Одесьвінапром»	2,1	<i>В середньому по групі мінеральних вод</i>		1,5
Радянське шампанське	Харківський завод шампанських вин	5,9	СК		0,7
Крим Григоріє	Артемівський завод шампанських вин	1,1	Дар	РепсіСо	-21,3
Золота білка	АгроЕміра "Золота білка"	-0,9	Садотюк	РепсіСо	-0,3
Оренда	Кримський винний дім	-1,4	Наш сік	Одеський консервний завод діт. харч-на	18,2
Одеса	Одеський завод шампанських вин	9,9	Sandora	РепсіСо	-6,3
Крим	Артемівський завод шампанських вин	3,7	Бюла	ТОВ «Ерлан LTD»	-12,5
Радянське шампанське	ТОВ «Укрвіно»	-2,1	Jaffa	Одеський консервний завод діт. харч-на	1,1
Новий Свій	Завод шампанських вин «Новий Свій»	-3,9	Добрій	The Coca-Cola Company	2,6
MARTINI	Martini&Rossi S.P.A. Italy	-0,1	Соки України	БАТ «Вінніфрут»	-0,9
Українське	Кінв. з.д шампанських вин «Столичний»	2,9	Rich	The Coca-Cola Company	-30,4
<i>В середньому по групі шампанських вин</i>					
		СК			0,6
<i>В середньому по групі соків</i>					

Література:

1. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку. Затв. розпорядженням Антимонопольного комітету України № 49-р від 5 березня 2002 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.amc.gov.ua/amc/control/uk/publish/article%3fart_id=56030.
2. Пигу А. Экономическая теория благосостояния [Текст] : У 2 т. — Т. 1. / А. Пигу. — М. : Прогресс, 1985. — 512 с.
3. Ramsey F. A. Contribution to the Theory of Taxation [Text] / F. P. Ramsey // Economic Journal, March 1927. — Vol. 37. — Issue 145. — P. 47–61.
4. Лернер А. Понятие монополии и измерение монопольной власти / А. П. Лернер // Вехи экономической мысли [Текст] : В 6 т. — Т. 5: Теория отраслевых рынков / [Сост. А. Слуцкий, С. Авдашева, Р. Питтмен]. — С-Пб. : Экономическая школа. — 2003. — 670 с. — С. 536–566.
5. Хэй Д. Теория организации промышленности [Текст] : В 2 т. — Т. 1. / Д. Хэй, Д. Моррис [Пер. с англ. под ред. Слуцкого А. Г.]. — С-Пб. : Экономическая школа, 1999. — 384 с.
6. Clarke R. The Profitability-Concentration Relation : Market Power or Efficiency? [Text] / R. Clarke, S. Davies, M. Waterson // Journal of Industrial Economics, 1984. — Vol. 32. — P. 435–450.

Герасименко А. Г., Ракша Н. В.

УПРАВЛЕНИЕ ЭЛАСТИЧНОСТЬЮ СПРОСА КАК СРЕДСТВО МАКСИМИЗАЦИИ РЫНОЧНОЙ ВЛАСТИ ФИРМЫ

В статье исследована теоретическая концепция обратной взаимосвязи эластичности спроса и рыночной власти, объясняется и иллюстрируется результатами эмпирического исследования действие факторов его ограничения. Исходя из исследуемой взаимосвязи, разработано условие максимизации рыночной власти и экономической ренты фирмы.

Ключевые слова: рыночная власть, эластичность спроса по собственной цене блага, перекрестная эластичность спроса, кросценовая эластичность, экономическая рента.

Gerasymenko A., Raksha N.

GUIDING THE ELASTICITY OF DEMAND AS A VEHICLE OF FIRM'S MARKET POWER MAXIMIZATION

Investigate the theoretical concept of inverse correlation between price elasticity of demand and market power. They explain the factors of this correlation limiting and illustrate it by own empirical study. On the base of the investigated correlation the condition of market power and economic rent maximization is elaborated.

Key words: market power, price elasticity of demand, cross elasticity of demand, cross price elasticity, economic rent.

УДК 338.47.656.13

Парфентьєва О. Г.

РОЛЬ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІАГНОСТИКИ У ВИКОРИСТАННІ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

В статті уточнено економічні категорії «потенціал», «потенціал розвитку», «стратегічний потенціал» підприємства. Узагальнено складові структури потенціалу підприємства, розглянуто основні підходи до визначення величини потенціалу підприємства, сформовано головні етапи проведення діагностування, проаналізовано принципи та підходи до оцінки діагностики підприємства.

Ключові слова: потенціал, потенціал розвитку, стратегічний потенціал підприємства, структура потенціалу, етапи, принципи та підходи проведення економічної діагностики.

Успіх існування підприємства на ринку та перспективи його подальшого розвитку залежать від багатьох чинників і визначаються його потенціалом, зокрема потенціалом розвитку. Потенціал відображає певні можливості будь-якого підприємства в різних сферах його функціонування. Чітке усвідомлення апаратом управління підприємства наявних чи потенційних можливостей розвитку організації створює фундамент для прийняття тактичних та стратегічних дій для максимально можливого використання та реалізації потенціалу підприємства.

Підприємство, намагаючись зайняти певну нішу на ринку, формує потенціал (фінансові, кадрові, виробничі та інші можливості, ресурси, резерви, властивості, здатності), які дають можливість закріпитись на ринку та визначають перспективи свого розвитку.

На сьогоднішній день доволі багато уваги акцентується на термінологічному та класифікаційному аспектах питання, але недостатньо уваги приділяється методичному аспекту оцінки потенціалу підприємств, особливо тих, які надають транспортні послуги, коли вагоме місце (більше ніж 30 %) сьогодні на ринку належить саме транспорту.

У зв'язку з цим, особливою уваги та актуальності набуває питання визначення можливостей розвитку ринку транспорту, що базуються на дослідженні процесу формування та аналізу його потенціалу.

Проблеми формування, використання та розвитку потенціалу підприємства в галузі транспорту висвітлені в працях таких вчених як О. О. Бакаєв, В. Н. Басков, Н. Я. Говорушенко, М. П. Денисенко, О. Котлубай, Ю. Ф. Кулаєв, П. Р. Левковця, О. Липинська, Є. М. Сич, В. І. Щелкунов, Л. А. Ященко та інші.

Але, незважаючи на роз'яснення певних аспектів функціонування ринку транспорту, теоретичні та методичні аспекти, які стосуються формування та розвитку його потенціалу, не вивчені до кінця, що дозволяє нам відкрити нові напрями в наукових дослідженнях транспортно-економічної науки в сучасних умовах.

Дослідженням категорії «потенціал» були присвячені праці багатьох вчених-економістів, таких як Б. Є. Бачевський, С. М. Глухарєв, В. І. Довбенко, І. В. Заблодська, В. В. Ковальов, В. М. Мельник, Є. В. Мних, І. М. Репіна, О. О. Решетняк, Ю. О. Тарарусев, Б. Г. Шелегда.

Потенціал (від лат. *приховані можливості*) — можливості, сили, запаси та засоби, які можуть бути використані, або як рівень потужності у будь-якому відношенні; наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети.

Б. Г. Шелегда вважає, що потенціал — це ресурси виробництва, кількісні та якісні їх параметри, які визначають максимальні можливості суспільства з вироблення матеріальних благ у кожний даний момент [6].

В. І. Довбенко, В. М. Мельник під потенціалом розуміють упорядковану сукупність можливостей розвитку підприємства і ресурсів, необхідних для реалізації стратегії розвитку підприємства [3].

Потенціал розвитку — властивість носія піддаватися змінам, які забезпечать посилення існуючих, абояву нових властивостей, які можуть бути додатково створені у розмірах, обмежених природними, організаційно-технічними та загальноекономічними умовами. Потенціал розвитку стосується, головним чином, складних організаційно-технічних систем, які от підприємство, галузь.

І. В. Довбенко, В. М. Мельник [3] виділяють об'єктні та суб'єктні складові в структурі потенціалу підприємства (рис.1).

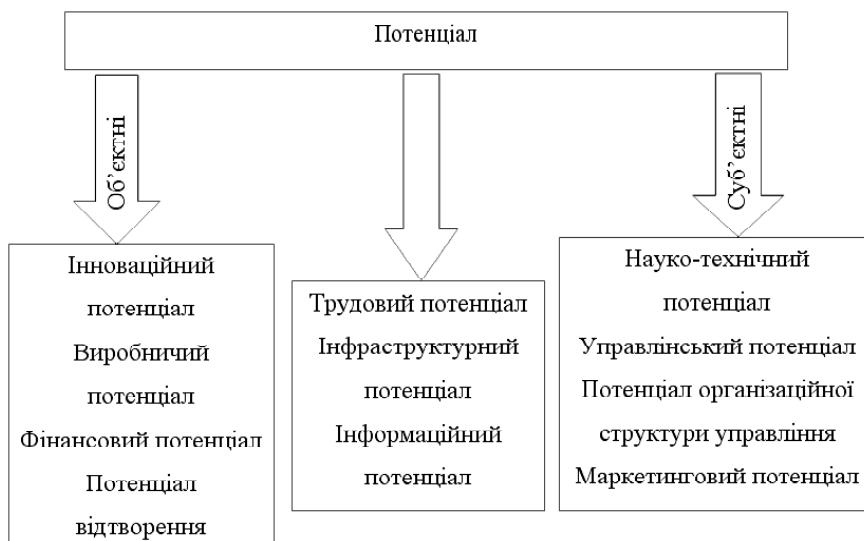


Рис. 1. Складники потенціалу

I. Об'єктні складники. Вони пов'язані з матеріально-речовою формою потенціалу підприємства, споживаються або відтворюються в тій чи іншій формі у процесі функціонування. До них належать: інноваційний потенціал, виробничий потенціал, фінансовий потенціал, потенціал відтворення.

II. Суб'єктні складники не споживаються, а складають передумови, загальноекономічні, загальногосподарські та соціальні фактори раціонального споживання об'єктивних складових. До них належать: науково-технічний потенціал, управлінський потенціал, потенціал організаційної структури управління, маркетинговий потенціал.

Окремо виділяють: трудовий, інфраструктурний та інформаційний потенціали.

Б. Г. Шелегеда [6] пропонує своє бачення щодо моделі формування потенціалу підприємства (рис. 2). Вона викремлює тактичний потенціал підприємства, який включає виробничий, фінансовий, маркетинговий потенціали та потенціал розвитку (стратегічний потенціал), який містить інвестиційний, науково-технічний, інформаційний, управлінський, трудовий та інноваційний потенціали.

Запропонована структура потенціалу підприємства найбільш повно відповідає цілям системного підходу до управління потенціалом і дозволяє визначити основні напрямки розвитку підприємства.

Стратегічний потенціал підприємства — це можливості розвитку підприємства, резерви і ресурси формування стратегічного плану підприємства, що має переважно суб'єктивний характер.



Рис. 2. Модель формування потенціалу підприємства

Існують три основні підходи до визначення величини потенціалу підприємства:

1. Ресурсний підхід — орієнтований на визначення потенціалу підприємства як сукупності виробничих ресурсів, визначає його величину як сукупність фізичних і вартісних оцінок окремих його елементів.

2. Структурний підхід — зорієнтований на визначення раціональної структури потенціалу підприємства, визначає його величину, виходячи з прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найбільш розробленими технологіями, орієнтацію виробництва взагалі й окремих підсистем підприємства зокрема.

3. Цільовий (проблемно-орієнтований) підхід — спрямований на визначення відповідності наявного потенціалу досягненню поставлених цілей. Його величину визначають як рівень відповідності окремих складових потенціалу необхідному (ідеальному представленню про склад, структуру і механізм функціонування потенціалу).

Розвиток підприємства повинен мати якісний характер. Але частіше за все наголос робиться на кількісних параметрах розвитку підприємства.

Виходячи зі структури потенціалу, можна виділити два напрямки розвитку підприємства:

— кількісний (оперативний) розвиток — розширення і більш ефективне використання виробничого потенціалу підприємства (результат — зростання обсягу виробництва і реалізації продукції);

— якісний (стратегічний) розвиток — активізація використання елементів стратегічного потенціалу, досягнення якісно нового стану підприємства (результат — досягнення конкурентних переваг на довгострокову перспективу).

З метою ефективного управління розвитком потенціалу підприємства необхідно розробити економічний механізм, який би дозволив найбільш повно врахувати вплив усіх факторів зростання і сформувати збалансований у всіх відношеннях потенціал підприємства. Під таким механізмом варто розуміти комплекс заходів, покликаних вирішувати питання, пов’язані із забезпеченням розвитку потенціалу підприємства, що характеризуються набором специфічних зв’язків і взаємодій.

Значну увагу варто приділити процесу проведення діагностики, тобто поетапності виконання комплексу досліджень, спрямованих на виявлення цілей функціонування господарюючого суб’єкта.

Узагальнення етапів проведення діагностування, запропоновані такими вченими-економістами як М. В. Афанасьєвим, Г. В. Білоконенко, І. В. Кривов'язюком, И. В. Качаном, В. В. Зубенко, Л. В. Попковою, А. А. Яременко дозволяє нам виділити основні:

- визначення цілей і об'єкту діагностики;
- виконання діагностики: збір та обробка інформації, проведення розрахунків;
- висновки і результати діагностики, розробка заходів, спрямованих на підвищення ефективності виробництва і його елементів.

Проведення економічної діагностики діяльності підприємства можливе за допомогою певної системи показників-індикаторів, які відображають та характеризують його діяльність.

Огляд економічної літератури з питань діагностики показав, що в більшості методик основна увага приділяється дослідженням тільки фінансових показників, які присутні в офіційній бухгалтерській звітності. Фінансово орієнтовані системи показників не охоплюють у повній мірі комплексності процесів підприємства.

Для економічної діагностики діяльності підприємства рекомендується враховувати також і показники діяльності інших підсистем підприємства — підсистем комерції, маркетингу та персоналу, ґрунтуючись на даних аналізу господарської діяльності підприємства, результатах маркетингових досліджень.

В завданнях економічної діагностики істотним є вибір найбільш інформативних ознак для опису об'єкта. Кількість показників-індикаторів повинна бути невеликою, оскільки тільки в такий спосіб можна, з одного боку, створити передумови для оперативності і комплексності економічної діагностики, а з іншого — уникнути надмірної трудомісткості і виключити суперечливість висновків.

Серед підходів до оцінки потенціалу підприємства виділяють [1]:

— витратний підхід, що ґрунтується на розрахунку витрат на його відтворення, а потенційна вартість об'єкта включає в себе суму витрат на його створення та прибуток за вирахуванням суми нагромадженого зносу.

— порівняльний підхід, що ґрунтується на інформації про недавні ринкові угоди з аналогічними об'єктами.

— результатний підхід — капіталізація доходів та дисконтування грошових потоків.

Потенціал розвитку окремих складових може оцінюватися залежно від конкретного підходу як на основі абсолютних, так і відносних показників.

Універсальним вимірювачем елементів потенціалу підприємства є вартісні одиниці, оскільки сума вартості елементів характеризує розмір усього потенціалу підприємства. Вартісна оцінка ресурсного потенціалу ґрунтується як на кількісних, так і на якісних характеристиках.

Під час оцінювання перспектив розвитку підприємства важливо знати показники оцінки окремих складових потенціалу підприємства у їх взаємозв'язку та взаємозалежності. В управлінні підприємством найбільше значення мають дві категорії показників: цільові (відповідно до вибраних стратегій розвитку) та функціональні (мають істотний вплив за окремими напрямами діяльності).

Оцінювати потенціал підприємства потрібно, враховуючи реальні умови та ситуації, в яких знаходитьться підприємство, зважаючи на перспективи їх змін, ймовірну швидкість розвитку подій і можливості впливу на характер процесів та їх динаміку.

Потенціал підприємства характеризується можливостями його розвитку, які повинні оцінюватися на відповідність цілям і наявним ресурсам. З метою формування збалансованого, здатного до самозростання потенціалу підприємства, необхідно вести пошук, відбір і опрацювання ідей з розвитку підприємства, концентрувати зусилля на ключових напрямках розвитку за допомогою програмно-цільового підходу.

Успішна реалізація інвестиційної стратегії дає змогу підприємству наростили власний потенціал розвитку.

Таким чином, розвиток підприємства може відбуватися лише у певних організаційних формах, а також потребує визначення певної концепції та стратегії. А його головною передумовою є наявність саме потенціалу розвитку.

Література

1. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства [Текст] : навч. посіб. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 400 с.
2. Гетьман О. О. Економічна діагностика [Текст] : навч. посіб. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. — Київ. : Центр навчальної літератури, 2007. — 307 с.
3. Довбенко В. І. Потенціал і розвиток підприємства [Текст] : навч. посіб. / В. І. Довбенко, В. М. Мельник. — Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. — 232 с.
4. Економічний простір. [Текст] : зб. наук. пр. [редкол. : Ю. В. Орловська та ін.]. — Дніпропетровськ. — 2008. — Вип 10. — 120–122 с.
5. Загорна Т. О. Економічна діагностика [Текст] : навч. посіб. / Т. О. Загорна. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 400 с.
6. Косянчук Т. Ф. Економічна діагностика [Текст] : навч. посіб. / Т. Ф. Косянчук, В. В. Лук'янова, Н. І. Майорова, В. В. Швид. — Львів : Новий Світ, 2000. — 452 с.
7. Кривов'язюк І. В. Антикризове управління підприємством [Текст] : навч. посіб. / І. В. Кривов'язюк. — К. : Кондор, 2008. — 366 с.
8. Шелегеда Б. Г. Стратегічне управління потенціалом підприємства : [Текст] / Б. Г. Шелегеда, Н. В. Касьянова, А. Я. Берсуцький та ін. — НАН України. Ін-т економіки пром-сті. — Донецьк : ДонУЕП, 2006. — 219 с.

Пафентьєва Е. Г.

РОЛЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

В статье уточнено экономические категории «потенциал», «потенциал развития», «стратегический потенциал» предприятия. Обобщенно составляющие структуры потенциала предприятия, рассмотрено основные подходы к определению величины потенциала предприятия, сформировано основные этапы проведения диагностирования, проанализировано принципы и подходы к оценке диагностики предприятия.

Ключевые слова: потенциал, потенциал развития, стратегический потенциал предприятия, структура потенциала, этапы, принципы и подходы проведения экономической диагностики.

Parfentieva O.

THE ROLE OF ECONOMIC DIAGNOSIS RESULTS OF USING THE DEVELOPMENT POTENTIAL MOTOR TRANSPORT ENTERPRISES

The article clarifies the economic category of «potential», «development potential», «strategic potential» companies. Generalized aspects of the structure potential of the company, the basic approaches to the determination of the potential of the company, formed the main stages of diagnosis, analyzed the principles and approaches to evaluating diagnostic companies.

Keywords: potential, development potential, the strategic potential of the company, the structure of the potential, steps, principles and approaches of economic diagnosis.

УДК 331.522.4

Міга В. К., Кіснко О. В.

МОДЕЛІ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО РЕСУРСУ РЕГІОНУ

Розглядаються регіональні особливості формування трудових ресурсів, які пов'язані з дією демографічних, соціальних, економічних і екологічних факторів. Визначаються основні демографічні чинники. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності використання трудового ресурсу регіону.

Ключові слова: трудові ресурси, трудова активність, регіон, ринок праці, демографічна ситуація.

В умовах, коли перед економікою України стоїть важливе завдання забезпечення стабільного зростання виробництва, зростає значення розвитку економіки не тільки країни в цілому, але і її окремих регіонів, переважно дотаційних у цей час. Для досягнення цього завдання необхідно знати не тільки закономірності протікання економічних процесів у регіоні, але й фактори, їх визначальні. Загальновідомо, що ефективний розвиток економіки регіону неможливий без забезпечення господарюючих суб'єктів висококваліфікованими кадрами. Саме забезпечення раціонального використання трудових ресурсів регіону є одним з основних факторів, що дозволяють домогтися стабільного економічного росту.

Сучасними проблемами формування трудових ресурсів в регіональній економіці присвячені роботи українських і російських вчених. В цих роботах відзерткалено багато різноманітних аспектів теорії і методології формування і використання трудових ресурсів.

Дослідженням факторів, що впливають на використання трудових ресурсів, займа- лися М. І. Долішній, С. М. Злупко, С. М. Писаренко [4]. В роботах було приділено увагу демографічним, економічним, екологічним факторам. В роботі Ніколаєнко Л. Ф. [8] розглядалися соціально-економічні та організаційні фактори. В. К. Євдокименко, І. Я. Садова, Л. Т. Шевчук [5] дослідили соціально-демографічні та соціально-економічні фактори.

У межах дослідження ставилося завдання дослідити фактори впливу на формування і використання трудового потенціалу на регіональному рівні.

Формування трудових ресурсів регіону неможливе без територіально-галузевого підходу. Тобто, регіон, галузь, підприємство є взаємопов'язаними. Неможливий економічний розвиток регіону без економічного зростання галузі, підприємства і навпаки.

Як показують дослідження, формування трудових ресурсів на регіональному рівні (на ринку праці) відбувається за рахунок випускників середніх і вищих навчальних закладів, звільнених, безробітних, пенсіонерів, які бажають працювати, людей з місць позбавлення волі, мігрантів та іммігрантів.

Галузь потребує додаткових даних про трудові ресурси: особистих даних (вік, освіта, сімейний стан, наявність дітей); мобільність і схильність до перекваліфікації; досвід, рівень кваліфікації, професія.

Підприємство, в свою чергу, вимагає від працівників комунікабельності, вміння працювати в колективі, рівень відповідальності, професіоналізм (тому працівники приймаються на роботу з випробувальним терміном). На рис. 1.1. показано тісний зв'язок регіону, галузі та підприємства з приводу формування трудових ресурсів.

В умовах переходу до ринкових відносин найбільш значний вплив на формування і відтворення трудових ресурсів виявляють економічні умови. Це не просто рівень заробітної плати в якісь конкретній галузі, а її співвідношення з іншими галузями економіки і прожитковим мінімумом.

Серед соціально-економічних факторів, найбільш важливих для формування і відтворення трудових ресурсів, відзначимо особливості структури виробництва та еконо-

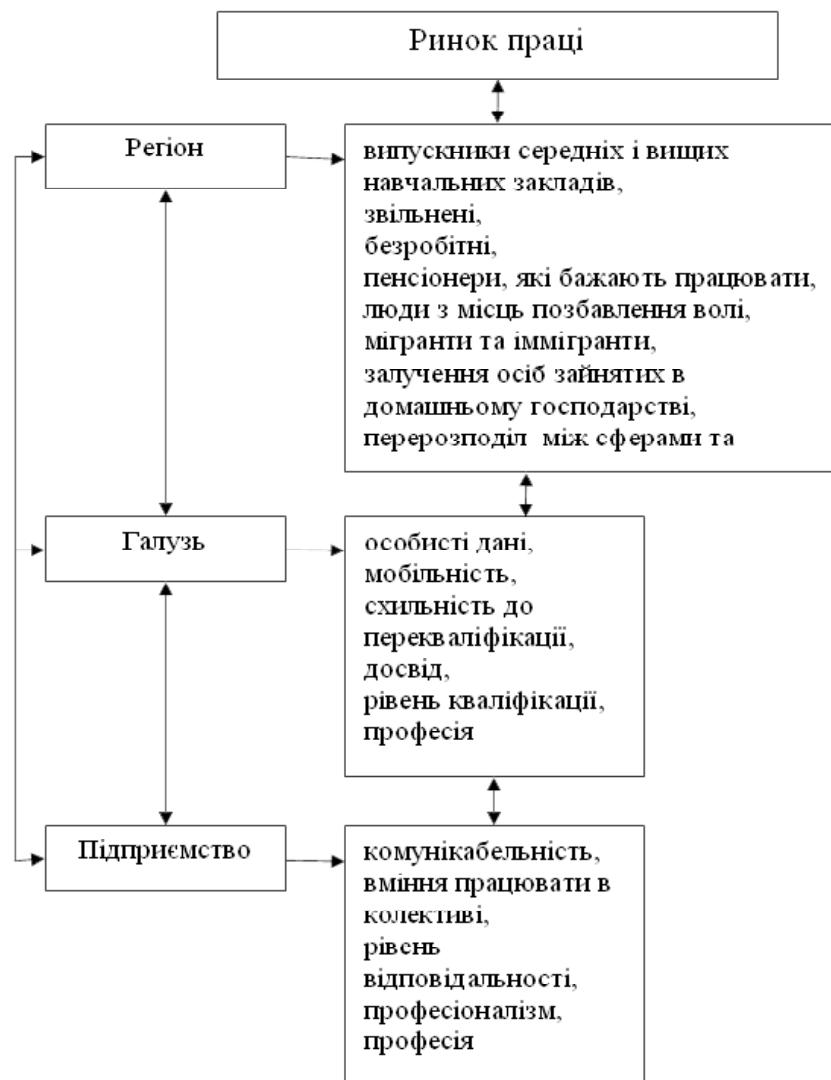


Рис. 1.1. Формування трудових ресурсів: галузь–регіон–підприємство [8, с. 20]

мічної кон'юнктури в регіонах (зростання виробництва, стабілізація чи спад), що впливають на чисельність працюючих підлітків і працюючих пенсіонерів. Рівень працевзабезпеченості в багатьох випадках визначається наявністю житла, якісним медичним обслуговуванням, наявністю закладів освіти і об'єктів соціально-культурного призначення [1].

До демографічних факторів належить інтенсивність відтворення населення, що вирішальною мірою визначається рівнем народжуваності, смертності, питомою вагою населення в працездатному віці в загальній чисельності населення, а також довготривалістю життя. Чим вищий цей рівень народжуваності, тим швидше збільшується кількість населення працездатного віку, а отже, і трудові ресурси. Досвід України підтверджує цю залежність. Також на трудові ресурси неабиякий вплив має міграція населення. У колишньому СРСР зовнішня міграція практично не впливало на зміну чисельності громадян, що проживали в країні, у тому числі громадян працездатного віку [5].

Інша річ — регіональний рівень. На багатьох територіях міграція була важливим джерелом поповнення трудових ресурсів. Достатньо згадати Сибір і Далекий Схід

Росії, освоєння яких супроводжувалося помітним припливом жителів з інших територій. Міграція, залежно від співвідношення кількості приїжджаючих і тих, хто від'їздить, або збільшує, або зменшує трудові ресурси [2].

Регіональні особливості використання трудових ресурсів також пов'язані з дією демографічних і соціально-економічних факторів, одну зі сторін використання становить розподіл трудових ресурсів, а іншу — ефективність застосування праці [6, с. 58].

Найбільш відчутно регіональні умови демографічного і соціально-економічного розвитку впливають на розподіл трудових ресурсів. Дія демографічних факторів обумовлює вікову структуру населення, що в різних регіонах, як правило, має свої особливості. Вікова структура в певній мірі визначає розподіл осіб працездатного віку на працючу частину і непрацючу. Чисельність малолітніх дітей впливає на кількість жінок, що цілком присвячують себе домашньому господарству. Практика свідчить, що між: цими двома показниками існує пряма залежність. Інша значна частина непрацюючих представлена учнями працездатного віку. Їх кількість прямо залежить від чисельності молоді відповідного віку [3].

Низька народжуваність впливає на формування трудових ресурсів України неоднозначно. З одного боку, вона ускладнює його, бо стає щораз менше дітей, а потім і молоді, яка вступає в працездатний вік, і виникає дефіцит робочої сили з огляду на заміну вибулих, а з другого боку — спрощує, бо жінки менше зайняті піклуванням про дітей і активніше займаються суспільним виробництвом. Але негативні наслідки такого рівня народжуваності є вагомішими, ніж «позитивні».

Рівень народжуваності, звичайно, визначає темпи приросту трудових ресурсів. Але вони, певною мірою, залежать від смертності. Тому потрібно вживати заходи щодо скорочення смертності осіб у найбільш працездатному віці (35–50 років). Вступ підлітків у працездатний вік — найважливіше джерело відтворення трудових ресурсів, але в сучасних умовах науково-технічний прогрес ставить щоразу вищі вимоги до якості підготовки робочої сили, а соціальний прогрес — до підвищення культурно-освітнього рівня народу. Отже, доцільним є ширше охоплення молоді, навчанням у середніх спеціальнích закладах і вищій школі. А тому в контингенті молоді, що вступає в працездатний вік, значна частина осіб лише закінчує освіту, одержує необхідну професійну підготовку. Як наслідок, зростає кількість учнів і студентів у складі населення працездатного віку [3].

Все це дещо скорочує наступний період трудової діяльності поколінь, але ці втрати потім щедро компенсиюються якістю праці, вищою її продуктивністю завдяки високій її кваліфікації.

Джерелом поповнення трудових ресурсів є їх перерозподіл між сферами та галузями, а також можливе залучення частини осіб, зайнятих у домашньому допоміжному господарстві. Проте в домашньому господарстві потрібна зайнятість у масштабах, що визначають кількісно дітей віком до одного року і понад один рік у сім'ях, а також для догляду за хворими, інвалідами та ін.

Своєрідним джерелом поповнення трудових ресурсів вважаються багатодітні матері, інваліди, пенсіонери на пільгових умовах. Для їх залучення до суспільного трудового процесу потрібні особливі організаційні умови (зайнятість упродовж неповного робочого дня, неповного робочого тижня, праця вдома, гнучкі форми занятості, створення робочих місць поблизу житла).

Використання праці осіб пенсійного віку — складна економічна і соціальна проблема. По-перше, залучення до суспільного виробництва пенсіонерів — це додаткове джерело поповнення робочої сили, оскільки пенсіонери мають великий виробничий

досвід. По-друге, участь, їх у суспільному виробництві підвищує матеріальну зацікавленість. По-третє, надання людям пенсійного віку права працювати у господарстві сприяє поліпшенню їх морального стану, здоров'я і сприяє продовженню життя. Однак в умовах зростання безробіття в країні використання праці цих категорій населення має зменшуватися [3].

Демографічна ситуація, яка склалася в Україні, має тенденцію до зменшення чисельності населення, його економічно активної частини, що призводить до звуженого відтворення трудових ресурсів. Цей процес потрібно регламентувати та створювати умови для поліпшення демографічної ситуації в країні, бо, згідно з розрахунками експертів ООН, протягом наступних 50 років населення України може зменшитися на 40 %.

В роботах Е. Лібанової, В. Онікієнко підкреслюється, що вже нині Україна знаходиться перед викликом майбутнього: жити і працювати в умовах колosalного вичерпання демографічного, зокрема, трудового потенціалу [7, 9].

Екологічні фактори — це: географічне розташування, стан довкілля (забруднення повітряного простору, води, землі); природні катаklізи (смерчі, землетруси, повені); природно-ресурсний потенціал регіону. Екологічні повені в Західних регіонах України, чорнобильська катастрофа призвели до переміщення великої кількості людей в інші регіони України.

Ситуація, що склалася на ринку праці, позитивно вплинула на міграційний міждержавний приріст населення. Починаючи з 2001 р., від'ємне значення приросту населення зменшувалось. Автором, на основі досліджень провідних українських науковців, були виділені чинники, що впливають на трудову активність населення.

Трудова активність населення регламентується та стимулюється певними інститутами інфраструктури ринку праці. Варто зазначити, що, окрім контролюючої та стимулюючої, центри зайнятості, біржі праці, кадрові агентства виконують функцію перерозподілу та стимулюють трудові ресурси до переміщення. Підприємства ж стимулюють не тільки до переміщення трудових ресурсів, але і навпаки — до постійного перебування працівника на одному робочому місці. Це дозволяє формувати постійний склад трудових ресурсів у регіоні.

Основну стимулюючу роль виконують підприємства та державні служби зайнятості, тому зовнішні чинники автор пропонує розділити на такі, що формуються залежно від політики стимулювання праці на підприємстві, і такі, що формуються залежно від інших організацій (рис. 1.2).

Внутрішні чинники пропонуємо розділити на чотири групи: особисті дані (економічно активної людини: вік; освіта; сімейний стан; наявність дітей); спеціалізація (професія; рівень кваліфікації; трудовий стаж, досвід); ціннісна спрямованість інтересів (грошова винагорода; соціальний пакет; наявність вільного часу); мобільність (схильність до зворотної та незворотної міграції; внутрішня міграція; схильність до тимчасової імміграції; зовнішня міграція; схильність до перекваліфікації, зміни професії).

Перші три групи чинників впливають на мотиваційну поведінку економічно активного населення, але інтенсивність їх переміщення, на думку автора, залежить саме від мобільності трудових ресурсів. Ця група розділена відповідно визначеню терміну «трудова мобільність» на схильність трудових ресурсів до внутрішньої міграції, зовнішньої міграції та переміщення між професійно-кваліфікаційними групами.

На основі зовнішніх чинників, що впливають на трудову активність населення, та з урахуванням внутрішніх чинників можна сформувати механізм міжрегіонального переміщення трудових ресурсів. На думку автора, основною метою розробки та застосування такого механізму є оптимізація розміщення та перерозподілу трудових ресурсів

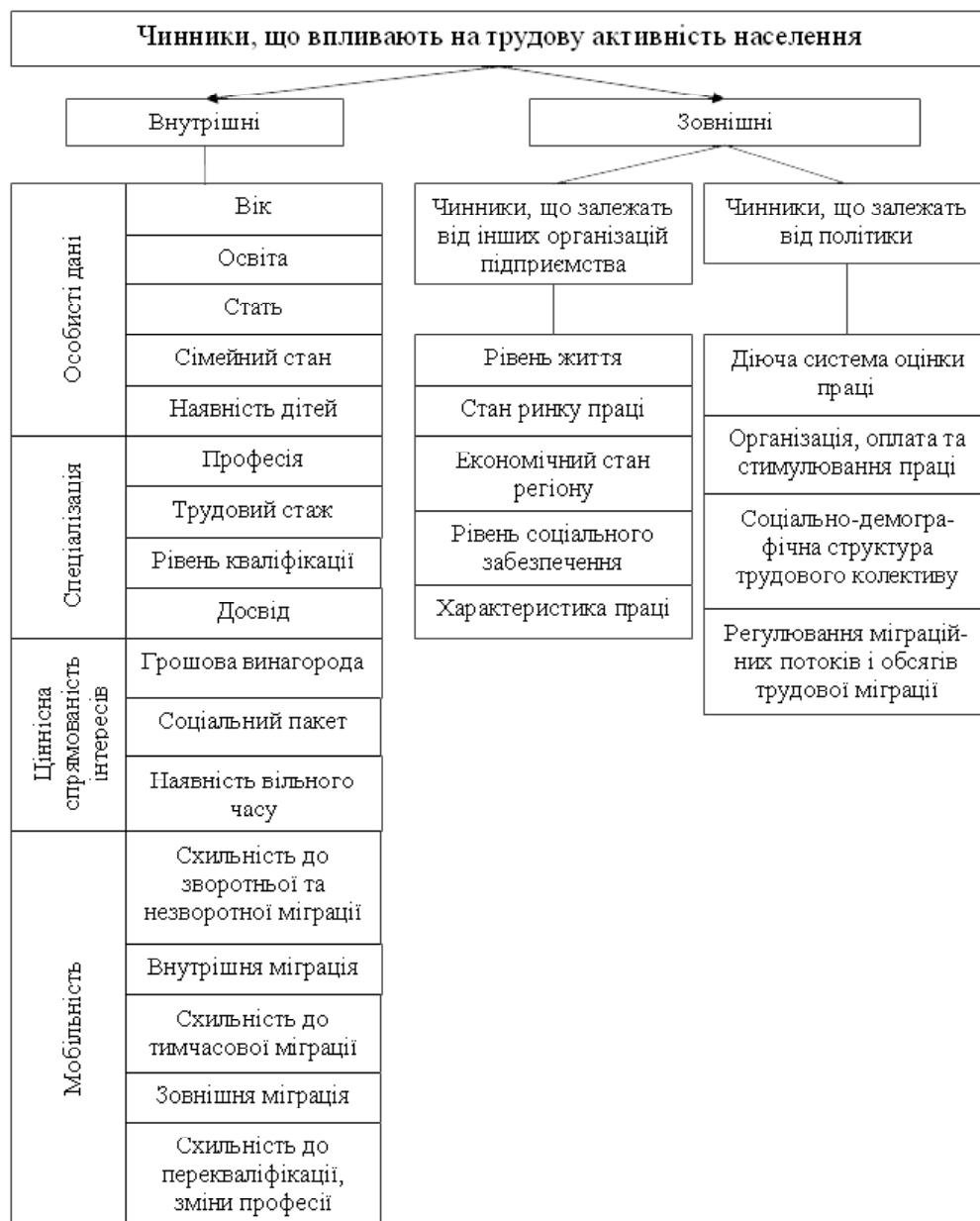


Рис. 1.2. Чинники, що впливають на трудову активність населення [8]

(компенсація нестачі трудових ресурсів певної якості та зняття напруги в регіонах із надлишком робочої сили). При цьому можна виділити три основні задачі, що вирішуватимуться із застосуванням такого механізму: підвищення трудової активності населення; підвищення якості економічно активного населення; збереження трудового потенціалу.

Проаналізувавши зміну державного приросту населення та зміну навантаження на одне вільне робоче місце в Україні, можна сказати, що взаємозв'язок між ними зворотній. Така ж тенденція спостерігається і в регіонах, але найнижча щільність зв'язку спостерігається у Причорноморському та Центральному регіонах (на думку автора, це свідчить про наявність у цих регіонах інших факторів, що сприяють припливу трудових ресурсів: Причорноморський регіон має сприятливі кліматичні умови, а в Центральному регіоні знаходиться столиця нашої країни). Найвища щільність зв'язку спостерігається

в Карпатському, Подільському та Поліському регіонах через найвище навантаження на одне вільне робоче місце та найбільший від'ємний приріст населення у країні. Варто зауважити, що в західних прикордонних регіонах населення частіше шукає роботу за кордоном. Це підтверджується тим, що щільність зв'язку міждержавної міграції та навантаження на одне вільне робоче місце вища за щільність зв'язку міжрегіональної міграції та навантаження на одне вільне робоче місце.

Нині надлишок трудових ресурсів є практично в усіх регіонах держави. Значні резерви трудових ресурсів є і в структурі зайнятих. Наприклад, у господарстві України ще висока частка керівників та фахівців. Те, що кожен четвертий працівник є керівником чи фахівцем, не сприяє зростанню продуктивності праці, а отже, скорочення зайнятості в управлінському апараті, перехід на нові форми організації та управління зумовлюють потребу в галузевому перерозподілі значної частини робочої сили.

Підсумовуючи вище наведене, доцільно відзначити, що першочерговими завданнями для підвищення ефективності використання трудового ресурсу регіону є:

- реформування трудового законодавства з метою підвищення мобільності населення, забезпечення стійкого балансу інтересів працівників, працедавців і держави;
- концентрація фінансових ресурсів на забезпеченій зайнятості в регіонах із підвищеним рівнем безробіття;
- професійна підготовка і перепідготовка населення, зважаючи на ринкову кон'юнктуру регіону;
- організація і контроль впровадження нових, із науковим обґрунтуванням економічної ефективності, технології виробництва і переробки сільськогосподарської продукції;
- оптимізація роботи професійних технічних училищ з підготовки фахівців за якістю і напрямами підготовки, на якій існує попит у ринковій економіці.

Література

1. Бандур С. І. Сучасна регіональна соціально-економічна політика держави : теорія, методологія, практика [Текст] : моногр. / С. І. Бандур, Т. А. Бандур, І. В. Терон. — К. : РВПС України НАН України, ТОВ «Принт Експрес», 2002. — 243 с. — ISBN 966-7760-04-4.
2. Барсуков А. В. Регіональна соціальна політика: інформаційне забезпечення її формування та реалізація [Текст] : автореф. дис. кан. екон. наук / А. В. Барсуков. — НАН Укр. Інститут регіональних досліджень. — Львів, 2006. — 16 с.
3. Богиня Д. П. Трансформаційні процеси в системі формування національного ринку праці [Текст] : інституційний аспект / Д. П. Богиня // Україна: аспекти праці. — 2005. — № 1. — С. 3–8.
4. Долишний М. И. Трудовые ресурсы производственных систем [Текст] / М. И. Долишний, С. Н., Злупко, Г. М. Писаренко. — АП УССР, Львов, отд-ние Ин-та экономики. — К. : Думка, 1990. — 462 с.
5. Євдокименко В. К. Соціальна інфраструктура Карпатського регіону: пошуки перспектив розвитку [Текст] / В. К. Євдокименко, У. Я. Садова, Л. Т. Шевчук. — ІРД НАН України. — Чернівці: Прут, 1995. — 76 с.
6. Клебанова Т. С. Порівняльний аналіз соціально-економічного розвитку регіонів України [Текст] / Т. С. Клебанова, Л. С. Гур'янова // Статистика України. — 2005. — № 3. — С. 57–60. — ISBN 966-322-080-5.
7. Лібанова Е. М. Ринок праці та соціальний захист [Текст] : навч. посіб. / Е. Лібанова, О. Палій. — К : Основи, 2004. — 182 с. — 250 пр. — ISBN 966-322-0690-0.
8. Ніколаєнко Л. Ф. Методологія оцінки організаційно-економічних механізмів формування виробничих сил регіонів : моногр. [Текст] / Л. Ф. Ніколаєнко. — Харків : Еког-раф., 2008. — 274 с.
9. Онікієнко В. В. Розвиток ринку праці України : тенденції та перспективи [Текст] / В. В. Онікієнко, Л. Г. Ткаченко, Л. М. Ємельяненко ; За ред. В. В. Онікієнка. — К. : Рада по вивченю продуктивних сил України НАН України, 2007. — 286 с. — ISBN 966-7760-04-4.

Мига В. К., Киенко О. В.

МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА

Рассматриваются региональные особенности формирования трудовых ресурсов, связанных с воздействием демографических, социальных, экономических и экологических факторов. Определяются основные демографические факторы. Предложены меры по повышению эффективности использования трудового ресурса региона.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, трудовая активность, регион, рынок труда, демографическая ситуация.

Miha V. K., Kijenko O. V.

THE MODELS OF THE FORMATION LABOUR RESOURCE OF THE REGION

The regional features of the human resources's formation that are related with the action of demographic, social, economic and environmental factors are considered. The main demographic factors are defined. The measures to increase the efficiency of the labor resource in the region are offered.

Keywords: labor resources, labor activity, region, labor market, demographic situation.

УДК 004:339.137.2

Заяць Н. О.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В статті розглянуті основні аспекти інформаційного забезпечення в діяльності торговельних підприємств, проблема формування інформаційно-аналітичної бази для прийняття управлінських рішень. Проаналізовано відповідність сучасних інформаційних технологій та бізнес-процесів, які забезпечують виробничо-технологічний цикл торговельних підприємств.

Ключові слова: бізнес-процес, інформаційне забезпечення, інформаційні технології, управлінське рішення, система, інформаційно-аналітична база.

Інтеграційні та глобалізаційні процеси, що відбуваються в Україні, викликають необхідність адекватної перебудови інформаційного забезпечення процесів управління. За світовими стандартами в примітивному стані знаходитьться система збору, обробки, систематизації інформації. Перспективи розвитку України в багатьох аспектах будуть залежати від того, наскільки глибоко вивчаються методи управління процесами накопичення, обміну, аналізу, переробки і практичного використання комерційної інформації в цілях досягнення стійкого, збалансованого розвитку.

Сучасний етап розвитку економіки обумовив різкий спад потреби в безадресній інформації і розвиток нових форм інформаційного обслуговування. Ринок і його структура — головне інформаційне джерело, а суб'єкти комерційної діяльності зацікавлені в отриманні з них реальних даних.

Метою даної статті є виокремлення інформаційних аспектів в контексті розвитку та реалізації бізнес-процесів внутрішньої торгівлі.

В комерції, де інформація використовується в якості ресурсу, виникає взаємозв'язок соціально-економічних процесів і явищ. Виникнення та інтенсивне запровадження інноваційних технологій призводить до змін типових способів поведінки комерційних суб'єктів, впливаючи тим самим на характер конкуренції. Для отримання конкурентної переваги суттєвими аспектами виступають:

- монопольне володіння комерційною інформацією, що виникає при відсутності інформаційної свободи господарюючих суб'єктів. В цьому випадку для отримання прибутку використовується інформація, яка недоступна іншим учасникам ринкового процесу;
- здатність краще та швидше інших оцінити і зрозуміти загальнодоступну інформацію. В цьому випадку господарюючі суб'єкти отримують додатковий прибуток, який може бути зрозумілій як премія за ефективне використання релевантної інформації.

Якщо інформаційна перевага стійка у часі і просторі, вона повільно трансформується в соціально-економічну перевагу. Відповідно, відсутність таких переваг можна тлумачити як незаповненість інформаційного простору окремого ринку або економіки в цілому.

Виходячи з того, що потреба в інформації породжується необхідністю вирішувати конкретні завдання управління, очевидним є те, що система управління та інформаційна система повинні бути у тісній і всебічній взаємодії. При цьому інформаційну систему можна розглядати як підсистему управління, яка складається з інформаційних потоків. В основу дослідження інформаційних потоків з метою їх оптимізації доцільно покласти наступну послідовність процедур:

- аналіз існуючих інформаційних потоків на підприємстві та виявлення «вузьких місць»;
- органічне включення в систему інформаційних потоків підприємства контролльних функцій;

— використання системного підходу під час проєктування та впровадження комп'ютерних технологій на підприємстві.

Залежно від рівня заглиблення економічних реформ і кризового характеру процесів, що відбувалися в сфері економіки, все очевидніше проявлялася невідповідність інформаційного забезпечення комерційної діяльності відносно потреб, які формувалися ринковою економікою. Всі наукові роботи з цієї проблематики можна умовно поділити на чотири групи:

- комплексні дослідження теорії маркетингової інформації;
- роботи, в яких описується загальний порядок збору та аналізу інформації при проведенні маркетингових досліджень;
- роботи, які присвячені методам збору та аналізу даних;
- роботи у сфері соціально-економічної статистики і моніторингових досліджень та вивчення ринку інформації.

Питання типології інформації, джерел її отримання і методів обробки детально розглянуті в роботах Г. А. Барієва, В. В. Войтенко, Е. П. Голубкова, Ю. П. Завгороднього, А. І. Ковальова, В. З. Лесохіна та ін. Загальний підхід до проблеми інформаційного забезпечення, єдина класифікація джерел інформації, використання статистично-соціологічних методів і прийомів збору та аналізу даних дозволяють об'єднати ці роботи в одну групу. Разом з тим, теоретична і методологічна база процесів управління інформаційною діяльністю комерційних структур в умовах ринкових відносин на теперішній час розроблена недостатньо.

Аналіз досліджень М. Я. Клепцова, В. Д. Кривова, А. В. Копошенко, С. М. Коновалова, В. І. Кушлина, В. Є. Зав'ялова, М. І. Тихомирова та ін. з даної проблематики показав, що роботи з покращення інформаційного забезпечення комерційних структур зосереджувались, в основному, на створенні технічних засобів, відповідних автоматизованих систем, призначених для обробки і передавання інформації. При такій постановці проблеми передбачалася наявність достатніх обсягів інформації, що не відповідало дійсності, і ставилася задача забезпечення можливості її оперативного і цілеспрямованого використання на основі впровадження сучасної комп'ютерної техніки. В результаті створені автоматизовані системи управління і засоби обробки та передачі даних в теперішній час використовуються неефективно. Потрібної спеціалістам інформації не вистачає, не зважаючи на певне збільшення досліджень з цих проблем. Вітчизняні вчені, як правило, не включають в ринкове середовище ринок інформації. Роботи І. С. Агліцького, Л. А. Василенко, І. Лінтона, В. З. Лесохіна, С. І. Майорова, А. А. Кошрюшкової, І. С. Мелюхіна, І. І. Радіонова та інших авторів присвячені організації ринку інформації, опису його основних секторів, особливостям маркетингової інформації. Але, на нашу думку, суттєвим є те, що інформаційне забезпечення комерційної діяльності повинно враховувати особливості останньої, оскільки передбачає:

- комплексне забезпечення повною і достовірною фактографічною та концептуальною інформацією порівняльного і прогнозного характеру — стану, тенденцій і перспектив розвитку предметної галузі;
- підготовку аналітичних, порівняльних або реферативних оглядів;
- проведення патентних досліджень;
- організацію консультацій, експертних оцінок;
- співставлення техніко-економічних параметрів виробів;
- переклад ділової інформації;
- формування спеціалізованих баз даних для побудови аналітичних моделей і кількісного аналізу об'єктів експертизи та прогнозування.

Під час формування інформаційного забезпечення повинні дотримуватися певні організаційно-методичні принципи, які є складовою наукової методології організації інформаційної бази управління підприємством, а саме:

1. Методична єдність інформаційного забезпечення, тобто розробка різних підсистем на основі даних підприємства, і забезпечення взаємозв'язку різних знакових підсистем, що входять у склад інформаційного забезпечення (класифікатори, номенклатури, показники, форми документів);
2. Системність та інформаційна сумісність підсистем і елементів інформаційного забезпечення;
3. Типізація і модульність структури, у відповідності з якими аналогічні у функціональному і змістовному відношенні блоки інформаційної системи будуються за єдиними типовими правилами та описуються на одній мові;
4. Уніфікація і структуризація форм обміну інформацією, включаючи уніфікацію, впорядкування мови, скорочення числа форм документів;
5. Облік вимог комп'ютерної обробки, тобто вибір носіїв, які читаються певною програмою, надання документу табличної форми, зручної для вводу;
6. Інтеграція обробки, тобто досягнення однократності вводу інформації при багатократному багатофункціональному її використанні.

Відсутність розвинутої інформаційної системи не дає можливості ефективно приймати рішення як на різних рівнях управління галузями діяльності, так і на загально корпоративному рівні в цілому. Велику роль, на нашу думку, в цьому може відіграти індустрія інформації і знань, на основі якої можна створити інтегровану автоматизовану систему управління. Індустрія інформації та знань представляє компоненти, необхідні для створення інформаційних і заснованих на використанні знань систем, а також подає дані, інформацію і знання цим системам та їх клієнтам.

Якщо системний аналіз довів необхідність нової системи, її потрібно спроектувати, що об'єднує апаратні засоби, програмне забезпечення, вхідні дані і людські навички в такому відношенні, як шляхи задоволення потреб покупців і користувачів. Проектування, як відомо, має два етапи: логічний і фізичний. На етапі логічного проектування проект системи створюється без розгляду конкретних апаратних засобів, програмного забезпечення або людських ресурсів. Фізичне проектування детально визначає як потрібно створювати і реалізувати систему.

Фасетна система класифікації будується наступним чином. Для вихідної множини класифікаційних об'єктів визначають набір ознак, сформованих у незалежні паралельні фасети. В середині фасет розміщені конкретні значення обраних ознак. Вони розташовуються у вигляді перерахунку або ж у класифікаційному ієрархічному вигляді. Методом комбінацій значень ознак, отриманих з фасет, утворюються наступні групування. Розташування фасет при утворенні конкретного групування здійснюється у послідовності, яка визначена структурною формулою, що залежить від алгоритмів вирішуваних задач [3].

Схема фасетної класифікації представляє собою решітку (шахматку), в якій на вертикальних лініях відкладені фасети, а на горизонтальних — групування. Якщо в групуванні присутня ознака фасета, на перетині ліній фасет і групувань ставиться крапка (рис. 1).

Методологічні положення організації інформаційного забезпечення комерційної діяльності повинні ґрунтуватися, на нашу думку, на наступному принципі: економічний зміст інформаційного забезпечення комерційної діяльності полягає в наборі і розробці показників, що повністю задовільняють вимоги системи прийняття рішень.

Інформаційні процеси накопичення знань і перетворення їх в інформаційний ресурс суспільства стають найважливішим фактором соціально-економічного розвитку країни

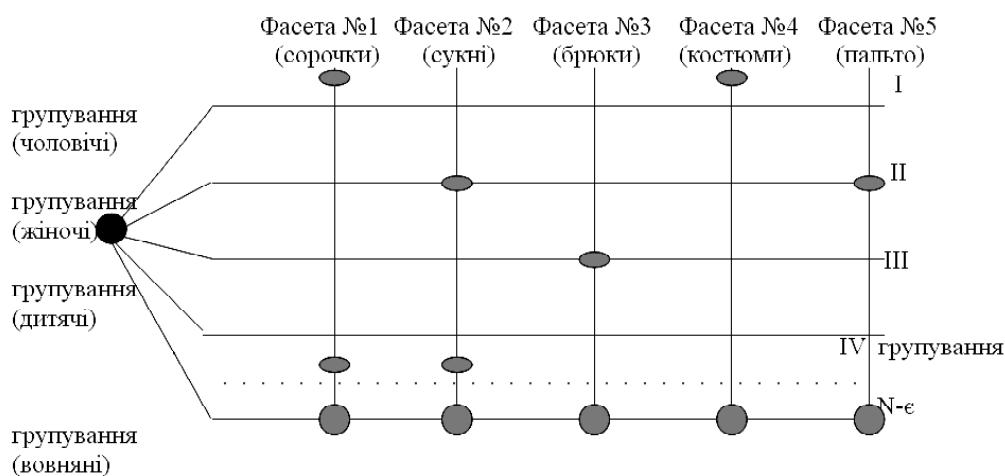


Рис. 1. Фасетна система класифікації інформації

і національної економіки. В економіці (виробництві, розподілі, обміні та споживанні) виникають, розповсюджуються та розвиваються три основних інформаційних потоки:

— інформації, яка існує у вигляді уречевлених знань у наукомісткій продукції. Сучасна наукомістка продукція створюється на основі використання результатів складних фундаментальних і прикладних досліджень. В інформаційних продуктах-програмах сконцентровані найновітніші знання з проблем розробок, технології виробництва і управління;

— інформації, що відображає людські професійні знання, які частково фіксуються у вигляді патентів, ліцензій, винаходів. Сьогодні можна описати продукцію, фізичні та інші ефекти, які покладені в основу функціонування виробу, технологію виробництва, однак при всій повноті цього опису для відтворення технологічного процесу і виготовлення якісної продукції, інформації, яка в ньому міститься, буде не достатньо. Потрібні виробничий досвід, кваліфікація, ноу-хау;

— інформації з мистецтва, методів і технологій практичного розв'язання задач управління сучасним виробництвом, з питань освоєння нових ринків збути при виробництві високоякісної продукції.

Таким чином, засоби інформатизації забезпечують для комерційної діяльності п'ять нових можливостей:

- включення конкретного виду бізнесу в загальнонаціональний (а потім і світовий);
- оперативний та змістовний пошук партнерів і клієнтів;
- встановлення розвинутих партнерських зв'язків і співробітництва;
- модернізацію оперативної господарської (внутрішньо корпоративної) системи;
- розвиток можливостей з генерації і використання інновацій, ефективного вироблення підприємницьких ідей і прискорення їх практичної реалізації.

Підводячи підсумки сказаного вище, відмітимо наступне. Разом з безперервно зростаючою швидкістю прогресу в технології і глобалізації ринкової економіки (як із інтеграції національних, масштабних утворень), велику роль у всіх аспектах комерційної діяльності відіграють інформаційні системи. Індустрія інформації та знань надзвичайно швидко розвивається і змінюється. Нововведення і зміни в цій індустрії, безперечно, впливають на ефективність діяльності підприємств (організацій) та їх взаємозв'язок з мегасередовищем.

Формуванню методологічних положень організації інформаційного забезпечення комерційної діяльності властиві декілька основних завдань:

- побудова збалансованої системи планування, яка забезпечує ритмічність роботи кооперативного підприємства і чітке виконання зобов'язань перед клієнтами стосовно готової продукції, зменшення зупинок в роботі через недопостачання матеріалів, які купуються, зниження рівня складських запасів і незавершеного виробництва;
- створення чіткої системи обліку товарно-матеріальних цінностей.
- підтримка системи менеджменту якості за рахунок електронного документування даних, процесів і процедур, що виконуються.

Типовим є відносно високий рівень регламентації внутрішньорівневих процесів за одночасно низького рівня регламентації міжрівневої (міжпідроздільної) взаємодії, де слабо визначені функції відповідальності та контролю. Тобто потрібно перебудувати і автоматизувати діяльність рівневих структур на принципах процесного підходу [2]. Для цього потрібно і можливо використовувати досвід оптимізації (гармонізації) бізнес-систем.

У процесі розробки загальної концепції побудови IAIC автори провели вибірковий аналіз систем моделювання бізнес-процесів і практики їх використання [4]. Встановлено, що наріжним каменем опису діяльності стає методологія, яка при цьому буде використовуватися. Вона включає в себе набір правил, що стосуються створення цілісної моделі і опису рівнів абстракції, які в ній містяться, джерел і методів збору інформації для побудови окремих діаграм. Головне, що повинна забезпечити визначена методологія, це:

- наявність чіткої інформації про рівні абстракції, що використовуються при створенні моделі, і їх основних користувачів;
- для кожного з рівнів абстракції повинен бути встановлений набір правил, що визначають типи організаційних одиниць і процесів, які повинні бути присутніми на кожному з рівнів (і які не повинні);
- розкриття питань, пов'язаних з декомпозицією об'єктів (процесів, організаційних одиниць) і розподілом рівнів відповідальності;
- дляожної з діаграм повинен бути набір інструкцій, що описують не тільки правила її створення, але і методи збору даних, необхідних для побудови діаграми, взаємозв'язок її з іншими діаграмами.

Сучасні технології бізнес-інжинірингу [1] здатні підтримувати ці підходи до управління, оскільки вони спираються на створення і підтримку в актуальному стані саме електронних інформаційних моделей, які повністю відображають організацію діяльності на стратегічному, структурному, функціональному і процесному рівнях. При цьому в такій моделі описується також інформаційний складник (структурі даних і комунікаційна структура). Тільки після цього стає можливою адекватна автоматизація бізнес-процесів і їх подальше удосконалення.

Аналіз проектування складних систем [5] показує, що можна окреслити такі основні процеси корпоративного управління, під час моделювання яких доцільно використовувати бізнес-інжиніринг:

- вироблення стратегії розвитку;
- розробка цільових програм;
- планування діяльності рівневих утворень;
- розробка бюджетів на виконання робіт;
- розробка систем тотального обліку і контролю виконання прийнятих рішень;
- проведення аудиту виконання ключових бізнес-функцій існуючих бізнес-процесів;
- проведення аудиту адекватності ключових нормативних (планових) даних;
- аудиторські рекомендації власникам і виконавцям бізнес-процесів щодо усунення встановлених недоліків;
- розробка пропозицій щодо оптимізації бізнес-процесів.

Крім цього, необхідно запровадити внутрішньо-корпоративний «стандарт» структури опису бізнес-процесу, в якому кожний бізнес-процес повинен містити однакову кількість розділів, а саме:

- призначення бізнес-процесу, перелік підрозділів, які беруть участь у виконанні бізнес-процесі;
- сфера використання бізнес-процесу;
- перелік ролей бізнес-процесу;
- графічна модель бізнес-процесу у форматі DFD в нотації Гейса–Сарсона;
- вербальний опис бізнес-процесу;
- графічні схеми підпроцесів у форматі IDEF3;
- регламент виконання бізнес-процесу;
- перелік бізнес-функцій, що виконуються кожним виконавцем бізнес-процесу;
- управління бізнес-процесом (права і обов'язки власника бізнес-процесу);
- показники виконання бізнес-процесу;
- зразки документів, що супроводжують бізнес-процес.

Із загальнометодологічних позицій необхідно наголосити на тому, що сам переход до сучасної моделі корпоративного управління, який ґрунтуються на використанні процесного і системного підходів, повторює зміну парадигми управління, покладеної в основу стандартів менеджменту якості (табл. 1). В цьому контексті можна навести аналогію з відомих в біології співвідношень «онтогенеза» (розвитку окремого організму) і «філогенеза» (розвитку роду).

Тобто сам процес розробки бізнес-моделі відображає реальний шлях під час переходу від соціально-орієнтованої структури управління до процесної.

При цьому стає можливим здійснювати управління за результатами, не відстежуючи постійно самих процесів, так зване «управління за відхиленнями».

Таблиця 1
Етапи розвитку

№ п/п	Стадії переходу до «процесної» корпорації	Стадія розвитку стандартів менеджменту
1.	Початкове структурування діяльності корпорації на основі матричних моделей. Процеси ідентифіковані у вигляді «дерева функцій», розподілена відповідальність за їх реалізацією	ISO9000.1987. Функціональний менеджмент за рахунок розподілу відповідальності
2.	Горизонтальний опис ключових процесів корпорації. Перебудова цих процесів з метою використання стандартизованих технік управління	ISO9000.1994. Елементний підхід до менеджменту якості – визначено 20 ключових процесів
3.	Розробка місій і стратегій розвитку корпорації. Переход до управління системою процесів, що динамічно змінюються, на основі попередньо сформованої стратегії	ISO9000.2000. Орієнтація на всім принципів менеджменту якості. Стандарт не обмежує межі розвитку

Головний критерій успіху впровадження розглянутих вище положень — це розуміння того, що інвестування в корпоративні системи управління безперечно приведе до зростання якості роботи підприємств (організацій) споживчої кооперації, а використання сучасних методів і технологій бізнес-інжинірингу дозволить не тільки скоротити часові витрати під час проектування автоматизованої інформаційної системи, але і зменшити можливі ризики невдалих рішень.

Література

1. Баловсяк Н. В. Використання інформаційних технологій (мережі Інтернет) для створення нових робочих місць і покращення економічної ситуації в регіоні (на прикладі м. Чернівці) [Текст] / Н. В. Баловсяк, С. В. Баловсяк // Стратегічні пріоритети розвитку регіонів у системі економічної політики в Україні. — 2001. — Вип. 2. — С. 302–305.
2. Баранов О. А. Альтернативи інформаційному суспільству для України не існує [Текст] / Баранов О. А. // Зв'язок. — 2010. — № 6. — С. 7–12.
3. Баранов О. А. Информационная безопасность и экономические преобразования [Текст] / Баранов О. А. // Матеріали наук. конф. «Поглиблення ринкових реформ та стратегія економічного розвитку України до 2010 року». — К. : УкрІНТЕІ, 2009.
4. Макухіна Н. О. Управління комерційною діяльністю торговельних підприємств на основі вдосконалення інформаційного забезпечення [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / Н. О. Макухіна. — Львів, 2008. — 21 с.
5. Ящук В. І. Економічна безпека роздрібних підприємств корпоративних мереж [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / В. І. Ящук. — Львів, 2011. — 21 с.

Заяць Н. О.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрены основные аспекты информационного обеспечения в деятельности торговых предприятий, проблема формирования информационно-аналитической базы для принятия управленческих решений. Проанализировано соответствие современных информационных технологий и бизнес-процессов, обеспечивающих производственно-технологический цикл торговых предприятий.

Ключевые слова: бизнес-процесс, информационное обеспечение, информационные технологии, управленческое решение, система, информационно-аналитическая база.

Zajac N. O.

METHODOLODGICAL PROVISION OF INFORMATION OF BUSINESS

The article discusses the basic aspects of information security in the business of trading companies, the problem of information-analytical basis for management decisions. Correspondence analysis of modern information technology and business processes, providing production-cycle commercial enterprises.

Keywords: business process, information management, information technology, management decision system, information and analytical base.

УДК: 338.26 : 339.187.62

Кулиняк І. Я., Савіцька Н. В.

МЕТОДИ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІЗИНГОВИХ КОМПАНІЙ

Систематизовано методи планування діяльності лізингових компаній та визначено їхні переваги і недоліки. Традиційні підходи до класифікації методів планування діяльності лізингових компаній запропоновано доповнити такими класифікаційними ознаками: за ступенем універсальності, за ступенем врахування ризиків, в залежності від повноти наявності інформації про об'єкт планування.

Ключові слова: метод, планування, лізинг, лізингова компанія.

Основне завдання планування діяльності лізингових компаній — встановлення оптимальних результатів та правильний вибір заходів і шляхів досягнення цих результатів. За допомогою методів планування можна вибрати найефективніший спосіб досягнення мети. Сучасна наука подає широкий інструментарій планування тієї чи іншої діяльності. Лізинговим компаніям необхідно акцентувати увагу на виборі тих методів планування, які найбільш доцільні в певній ситуації і найповніше охоплюють вимоги та критерії, поставлені до об'єкту планування. Саме в цьому і полягає актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі виділено значну кількість методів планування (табл. 1).

Таблиця 1
Методи планування

Автор, джерело	Методи планування
Веснин В. Р. [1, с. 323]	Бюджетний, балансовий, нормативний, графічний, математичний, статистичний
Глухов В. В. [2, с. 94]	Балансовий, нормативний, програмно-цільовий
Ільїн А. Й. [3, с. 93–127]	Традиційні методи прийняття планових рішень: творчість; аддуктивний пошук, заснований на загальному знанні проблеми; система бухгалтерського обліку; граничний аналіз; норма прибутку на вкладений капітал; дисконтування; методи оперативно-календарного планування; аналіз чутливості; перевірка стійкості; коректування параметрів проекту
	Нові методи прийняття планових рішень: моделі на основі використання теорії ймовірності та математичної статистики (стохастичні моделі); методи математичного програмування; методи імітації; метод оцінювання і перегляду планів (PERT)
Іванова В. В. [4, с. 53–65]	Традиційні методи прийняття планових рішень: нормативний; розрахунково-аналітичний; балансовий; програмно-цільовий; факторний; графічний аналіз; норма прибутку на вкладений капітал; дисконтування; методи оперативно-календарного планування; метод сценаріїв; аналіз чутливості; перевірка стійкості
	Нові методи обґрунтування планових рішень: метод екстраполяції; метод експертних оцінок; кореляційний аналіз; методи теорії ігор; метод теорії розкладів; метод “дерево рішень”; методи математичного програмування; імітаційне моделювання; сільові методи
Швайка Л. А. [5, с. 29]	1) за вихідною позицією для розробки плану: ресурсний (за можливостями), цільовий (за потребами); 2) за принципом визначення планових показників: екстраполяційний, інтерполаційний; 3) за способом розрахунку планових показників: статистичний, факторний, нормативний, економіко-математичний; 4) за варіантністю розробки планів: одноваріантний, багаторівнітний, 5) за формою подачі планових показників: таблицьний, графічний, логіко-структурний (сільовий)
Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. [6, с. 14–15]	1) узагальнюючі методи: екстраполяційний, пофакторний, нормативний 2) спеціальні методи: економіко-математичне моделювання, балансовий, пробностатистичний, матричний
Грабовський Б. Є. [7, с. 12]	Нормативний, розрахунково-аналітичний, балансовий, матричний, економіко-математичне моделювання, програмно-цільовий, програмно-ресурсний

Серед дослідників, які займалися дослідженням питань, пов'язаних зі специфікою об'єктів, умов та сфери застосування фінансового планування в лізингових компаніях, можна відзначити лише російських авторів Газмана В., Горемікіна В. та Кіркорова О. [8–10].

Гордієнко Т. М. [11] виділяє такі види фінансового планування в лізингових компаніях: 1) за суб'єктами: внутрішнє, зовнішнє; 2) за об'єктами: фінансове планування грошових потоків, фінансове планування лізингових платежів, фінансове планування лізингових внесків, фінансове планування фінансових показників, фінансове планування результатів діяльності; 3) за цільовим орієнтиром: перспективне фінансове планування, поточне фінансове планування, оперативне фінансове планування, тактичне фінансове планування. Запропонована автором класифікація не є повною і не відбиває всі аспекти планування лізингової діяльності.

Враховуючи різноманітність думок науковців, можна стверджувати, що немає єдиного погляду щодо застосування того чи іншого методу під час планування діяльності підприємства, в тому числі лізингових компаній, якій притаманні специфічні особливості. У зв'язку з цим постає необхідність у виборі та розгляді тих методів, які доцільно використовувати під час планування діяльності лізингових компаній.

Мета статті — охарактеризувати методи планування діяльності лізингових компаній, визначити їхні переваги та недоліки, доповнити традиційну класифікацію новими видами методів планування діяльності лізингових компаній.

Методи планування — це способи досягнення мети завдяки впорядкованій певним чином діяльності, які використовуються для розробки планів підприємства. Метод планування можна розглядати як різновид моделювання. Під методом планування розуміють конкретний спосіб, технічний прийом, за допомогою якого вирішується певне питання планування, розраховуються числові значення показників пропозицій, стратегічних програм і планів [12].

Як бачимо з табл. 1, у науковій літературі є значна кількість методів, які застосовуються під час планування діяльності підприємства, проте не всі вони придатні для планування діяльності лізингових компаній, якій притаманні специфічні особливості. Жоден метод не може бути універсальним для будь-якої ситуації, тому необхідно використовувати комбінацію кількох методів. Вибір методів планування доцільно проводити на основі певних вимог, які впливають на вибір методу планування і враховують специфіку лізингу. Аналізуючи наукову літературу, можна визначити такі вимоги до формування методів планування діяльності лізингових компаній:

- простота визначення планових показників і їх взаємозв'язків з іншими показниками, легкість економічної інтерпретації;
- врахування одночасного впливу факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ;
- універсальність методу для коротко- і довготермінового періоду планування;
- повнота врахування особливостей діяльності об'єкта планування;
- врахування впливу фактора часу та ризиків на зміну значення планового показника.

Відобразимо у табл. 2 характеристику, переваги і недоліки методів планування, а також визначимо приклади використання даних методів під час планування діяльності лізингових компаній.

Традиційні підходи до класифікації методів планування діяльності лізингових компаній пропонуємо доповнити такими видами (рис. 1):

1. За ступенем універсальності:

1.1. Загальні методи планування — універсальні для планування будь-якого виду діяльності, прості у використанні, легко адаптовуються до поставлених вимог, не потребують складних обчислень.

Таблиця 2

Методи планування діяльності лізингових компаній

Назва методу	Характеристика методу	Приклади використання методу під час планування діяльності лізингових компаній	Переваги	Недоліки
Бюджетний метод	Полягає у формуванні згідних і планових бюджетів, тобто таблич, де показується стан або розподіл наявних на підприємстві ресурсів у відповідності з поставленими цілями	Формування, аналіз та реалізація бюджетів лізингової компанії	Дозволяє підвищити ефективність діяльності підприємства за рахунок десентралізації управління, приватного виявлення і усунення відхищень; забезпечує оптимізацію розподілу і використання ресурсів, надійний контроль та оцінку їх руху і витрат	Складний, потребує перебудови системи управління, індивідуалізацію відповідальності, великих затрат
Балансовий метод	Застосовується для забезпечення поточного потребу в ресурсах	Формування оптимального співвідношення отриманих кредитних коштів та лізингових платежів	Попереднє узгодження необхідної кількості ресурсів та видатків на здійснення певних заходів	Складність реагування на неперебачений події, оскільки заплановані обсяги ресурсів можуть бути недостатніми
Нормативний метод	Грунтуються на використанні технічно обґрунтованих норм і нормативів, що визначають ступінь економічної ефективності виробництва та обслуги, норм витрат фінансових ресурсів	Встановлення граничних нормативів обсяжу наданних лізингових послуг одному лізингододержувачу	Простота у використанні, можливість формування як оптимістичного, так і пессимістичного планів	Складність у визначені та встановленні обґрунтованих норм та нормативів, постійний перегляд норм, що застосовуються, неузгодженість з іншими показниками та не враховує впливу зовнішніх факторів
Факторний метод	Планові значення показників визначаються на основі розрахунку впливу на них найважливіших факторів, які зумовлюють зміни показника	Розрахунок впливу зміни банківського відсотка на розмір лізингових платежів	Дас змогу визначити роль окремих чинників у зміні планових показників, вразування впливу найстотінших внутрішніх і зовнішніх факторів, можливість здійснення багаторівнівих розрахунків	Необхідність аналізування значного масиву вхідних даних, правильному відборі найстотінших ризикоутворюючих факторів
Норма прибутку на вкладений капітал	Відношенням суми прибутку до загальної суми пасиву балансу	Визначення доцільності капіталокладень в оновлення виробничих фондів	Є хорошим вимірювачем ефективності використання капіталу, дозволяє використовуватись в плануванні	Не є універсальним для оцінювання різних варіантів капіталовкладень; стимулює короткотермінове планування на шкоду довгостроковому

<p>Дисконтування</p> <p>Приведення майбутніх проповідних потоків до теперішнього часу</p>	<p>Порівняння різних схем здійснення платежів з різних джерел фінансування (кредит, лізинг). Аналіз ефективності здійснення лізингової діяльності</p>	<p>Дозволяє врахувати часову варіальність проповідних потоків. Можна встановити критерій, на основі якого буде зроблено оцінка ефективності лізингу в порівнянні із кредитуванням [13, с. 46]</p>	<p>Не надає інформації про ступінь можливого ризику. Обмеження можливостей моделювання різних варіантів, що зводиться до застежності критеріїв NPV, IRR, PI тільки від одного фактора – норми дисконту</p>
<p>Метод експертних оцінок</p>	<p>Метод варішения заявень, який ґрунтуються на використанні висновків експертів. Застосовується при недостатній статистичній інформації або непридатності її для пітанування</p>	<p>Оцінювання рівня впливу ризиків лізингової діяльності, оцінювання впливу факторів на вибір оптимального плану здійснення лізингової діяльності</p>	<p>Простота у формуванні, врахування професійних навичок та досвіду експертів</p>
<p>Аналіз чутливості</p>	<p>За допомогою даного методу оцінюють наскільки зміниться заплановані результат діяльності підприємства при зміні (відхиленні) від запланованої величини одногого з вихідних параметрів їх розрахунку або умов реалізації плану</p>	<p>Встановлення наявності зв'язку між подіями, процесами і факторами, що їх зумовлюють, та визначення їхнього чисельного значення. Видлення чинників, що мають найбільший вплив на результативний показник (процес)</p>	<p>Змінні діапазону зміни ефективності лізингової діяльності від зміни розміру платежу за отримане у лізинг майно достатньо надійним засобом планування</p>
<p>Кореляційний аналіз</p>	<p>Оцінювання наявності залежності ефективності лізингової діяльності від зміни розміру платежу за отримане у лізинг майно</p>	<p>Можливість отримання кількісної залежності між розміром та факторами, які його зумовлюють, за умови отримання цільних кореляційних залежностей є достатньо надійним засобом планування</p>	<p>Необхідність застосування спеціалізованого програмного забезпечення, наприклад кваліфікований рівень розробника плану</p>
<p>Теорія ігор</p>	<p>Знайдення оптимальної стратегії для кожного із гравців в умовах невизначеності та конфлікту</p>	<p>Формування оптимального портфелю лізингових послуг</p>	<p>Підприємство отримує можливість передбачити ходи своїх партнерів і конкурентів; дозволяє гравцеві вибрати з певної кількості альтернативних варіантів "найкращий хід", який представляється якому "кращому відповідю" на дію інших гравців [14]</p>

<p>Методи математичного програмування</p> <p>Дозволяють вибрати сукупність чинців, які є змінними у рівняннях і підтримують екстремум дієвої функції при обмеженях, визначених умовами роботи об'єкта планування</p>	<p>Визначення</p> <p>Визначальної кількості транспортних засобів, яку необхідно отримати на умовах лізингу</p>	<p>Усі запережності в моделі розглядаються як лінійні, хоча для дослідження явного зв'язок між параметрами може бути і не лінійним, придатен для розв'язання задач, яка виліплюється лінійним вимогам, а саме: цілі мають кількісне вираження (максимізація прибутку або мінімізація витрат), варіанти розподілу ресурсів є порівняннями між собою, існує загальна одиниця замінної, є складними в обчисленні</p> <p>Створюють найповнішому урахуванню впливу різноманітних внутрішніх та зовнішніх чинників на результат діяльності підприємства, точність обчислень</p>
<p>Метод спенаріїв</p> <p>Дозволяє оцінити вплив на проект можливих одночасної зміни кількох змінних через імовірність кожного сценарію</p>	<p>Вибір найефективнішої стратегії надання лізингових послуг</p>	<p>Недостатня розробленість і методична забезпеченість процесу узгодження спенаріїв; розглядається лише кілька дисcretenих значень як у реальності цик значень</p> <p>Поглиблений аналіз взаємодії різноманітних ситуацій, можна розглядати безліч варіантів подій</p> <p>Тим часом як у реальності цик значень може бути нескінченно багато</p>
<p>Імітація</p> <p>Відтворення на комп'ютері (імітація) закономірностей функціонування реальних систем і об'єктів</p>	<p>Оцінювання</p> <p>Оцінювання ефективності лізингу в умовах можливого ризику</p>	<p>Складність створення моделі, необхідність розроблення та застосування спеціалізованого програмного забезпечення, потребує високої кваліфікації розробників програм, потребує значних трохи витрат та витрат часу дослідників та програмістів</p> <p>Метод дає змогу досліджувати особливості функціонування системи за будь-яких умов, зокрема й тих, які не реалізовані в наявних експериментах</p>

бують значних витрат та високого рівня кваліфікації дослідників (бюджетний, балансовий, нормативний, програмно-цільовий, факторний методи, дисконтування, метод експертних оцінок);

1.2. Специфічні методи планування — використовуються тільки для планування лізингової діяльності, або потребують внесення значних модифікацій та коректив для пристосування цих методів для планування діяльності лізингових компаній (теорія ігор, методи математичного програмування, імітаційне моделювання).

2. За ступенем врахування ризиків:

2.1. Методи, які передбачають врахування ризику або відхилень планового показника від фактичного (дисконтування, аналіз чутливості, теорія ігор, метод сценаріїв, імітаційне моделювання);

2.2. Методи, які не передбачають врахування ризику (бюджетний, балансовий, нормативний методи, метод експертних оцінок).

3. В залежності від повноти наявності інформації про об'єкт планування:

3.1. Інформація, яка використовується для визначення планових показників — повна (бюджетний, балансовий, нормативний, факторний методи);

3.2. Інформація, яка використовується для визначення планових показників — неповна (дисконтування, метод аналізу ієрархій, метод сценаріїв, імітаційне моделювання);

3.3. Інформація, яка використовується для визначення планових показників — відсутня (метод експертних оцінок, теорія ігор).

На основі аналізу наукової та науково-методичної літератури авторами систематизовано методи планування діяльності лізингових компаній та визначено їхні переваги і недоліки. Відсутність повної та якісної класифікації методів планування діяльності лізингових компаній спонукало авторів доповнити її такими класифікаційними ознаками: за



Рис. 1. Класифікація методів планування діяльності лізингових компаній

ступенем універсальності, за ступенем врахування ризиків, в залежності від повноти наявності інформації про об'єкт планування.

У подальших дослідженнях необхідно сформувати якісну систему планування діяльності лізингових компаній відповідно до запропонованої у статті класифікації, розробити процедури, напрямки підвищення ефективності планування лізингової діяльності.

Література

1. Веснин В. Р. Менеджмент [Текст] : учеб. / В. Р. Веснин. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. — 504 с. — С. 323.
2. Глухов В. В. Менеджмент [Текст] : учеб. / В. В. Глухов. — 3-е изд. — С-Пб. : Питер, 2008. — 608 с. — С. 94.
3. Ильин А. И. Планирование на предприятиях [Текст] : учеб. / А. И. Ильин. — Мн. : Новое знание, 2001. — 635 с. — С. 93–127.
4. Иванова В. В. Планирование деятельности подприемства [Текст] : навч. посіб. / В. В. Иванова. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. - 472 с. - С. 53-65.
5. Швайка Л. А. Планирование деятельности подприемства [Текст] : навч. посіб. / Л. А. Швайка. — Львів : Новий Світ–2000, 2003. — 268 с. — С. 29.
6. Тарасюк Г. М. Планирование деятельности подприемства [Текст] : навч. посіб. / Г. М. Тарасюк, Л. І. Шваб. — К. : Каравела, 2005. — 312 с. — С. 14–15.
7. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування і планування [Текст] : навч. посіб. / Б. Є. Грабовецький. — К. : Центр навчальної літератури, 2003. — 188 с. — С. 12.
8. Газман В. Д. Финансовый лизинг [Текст] : учеб. пособ. / В. Д. Газман. — М. : ГУВШЭ, 2003. — 392 с.
9. Горемыкин В. А. Лизинг [Текст] / В. А. Горемыкин. — М. : Информцентр ХХI века, 2005. — 943 с.
10. Киркоров А. Н. Управление финансами лизинговой компании [Текст] / А. Н. Киркоров. — М. : Альфа-Пресс, 2006. — 164 с.
11. Гордієнко Т. М. Фінансове планування в лізингових компаніях [Електронний ресурс] / Т. М. Гордієнко. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14.NTP_2007/Economics/21822.doc.htm.
12. Нелеп В. М. Планування на аграрному підприємстві: підручник. / В. М. Нелеп. — 2-е вид., перероб. та доп. — К. : КНЕУ, 2004. — 495 с.
13. Лук'янова О. М. Методика оцінки економічної ефективності лізингу рухомого складу залізничного транспорту / О. М. Лук'янова // Вісник економіки транспорту і промисловості. — Харків, 2010. — № 30. — С. 45–50.
14. Кушнаренко О. О. Сутність та складності використання теорії ігор при прийнятті управлінських рішень [Електронний ресурс] / О. О. Кушнаренко, І. Я. Іпполітова. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63465.doc.htm.

Куліняк И. Я., Савицкая Н. В.

МЕТОДЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Систематизированы методы планирования деятельности лизинговых компаний и определены их преимущества и недостатки. Традиционные подходы к классификации методов планирования деятельности лизинговых компаний предложено дополнить такими классификационными признаками: по степени универсальности, по степени учета рисков, в зависимости от полноты наличия информации об объекте планирования.

Ключевые слова: метод, планирование, лизинг, лизинговая компания.

Kulynyak I. Ya., Savitska N. V.

METHODS OF PLANNING OF LEASING COMPANIES ACTIVITY

Methods of planning of leasing companies activity are systematized. Also advantages and disadvantages of methods of planning are defined. Traditional approaches to classification of methods of planning leasing activity are suggested adding the following classification criteria: the degree of universality, the degree of risk, the availability of complete information about the object of planning.

Key words: method, planning, leasing, leasing company.

УДК 334.012.61-022.51

Цимбалюк В. М.

ФІНАНСОВІ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

В статті досліджується сучасний стан розвитку підприємства в Україні. Аналізуються державні документи, які визначатимуть нову ідеологію співпраці між державою і підприємствами, а також пошук стратегічних рішень для розробки тактичних заходів щодо розвитку суб'єктів малого підприємництва в Україні.

Ключові слова: мале підприємництво, держава, ефективний механізм підтримки, фінансово-кредитний механізм, стабільний фінансовий стан суб'єктів малого підприємництва.

Світовий досвід і практика переконують, що важливою умовою ринкової економіки є існування і взаємодія великих, середніх і малих підприємств. Всі вони розглядаються не лише як додаток до великого виробництва, а й як самостійна форма функціонування і розвитку сучасних продуктивних сил завдяки гнучкості, життєздатності, ефективності та прогресивності в освоєнні нових технологій.

Цій проблемі приділялась увага багатьма вченими, які в своїх роботах аргументовано доказали ефективність малого підприємництва в ринкових відносинах та в кризовий стан за рахунок їх швидкої адаптації до нових економічних умов. За їх даними малий бізнес в передільні періоди до ринкових та інших умов сприяв у структурній перебудові економіки, прискоренні науково-технічного прогресу, стимулюванні розвитку економічної конкуренції, формуванні нового соціального прошарку підприємців-власників та у розв'язанні багатьох інших соціально-економічних проблем. Автори стверджують, що малі форми підприємництва відіграли провідну роль у створенні ефективної ринкової економіки багатьох держав світу [5].

Однак питання діяльності суб'єктів малого підприємництва в умовах Львівської області ще не в повній мірі висвітлені, особливо в умовах кризи 2008–2010 років, а остання статистична інформація потребує дослідження та узагальнення тенденцій розвитку малого бізнесу в цих умовах. В зв'язку з цим, ми поставили собі за мету виявити динаміку функціонування та діяльності суб'єктів малого підприємництва напередодні кризи і після неї та державне функціональне регулювання його за рахунок фінансово-кредитних ресурсів.

Відомо, що підприємництво є ініціативною, на свій страх і ризик господарською діяльністю в самостійному режимі роботи для досягнення успіхів та прибутку [2].

Малі підприємства — це суб'єкти підприємницької діяльності різної організаційно-правової форми, які працюють в межах положень Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» від 18.09.2008 року за № 523-У1 в частині змін до Господарського кодексу України стосовно критеріїв визначення малих підприємств. Кількість суб'єктів малого підприємництва, до яких увійшли малі підприємства та фізичні особи-підприємці, представлена у табл. 1.

З даних табл. 1 помітна тенденція до зростання суб'єктів малого підприємництва як на передодні кризи, так і в її період. Це ще раз показує їх життєвість в різних економічних умовах. Однак в так званий період стабілізації, який почався у 2010 році, відбулося суттєве зменшення суб'єктів малих форм господарювання на 152 одиниці (на 10 тис. осіб), а середній ланцюговий приріст сягав лише 72,5 %. Очевидно, що тут мають місце інші чинники, крім економічних. Це законодавча база, податкова стабільність та адміністративне регулювання.

Таблиця 1

Динаміка кількості суб'єктів малого підприємництва

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Кількість суб'єктів, одн. / 10 тис. осіб	436	469	552	400
Ланцюговий приріст, %	—	107,6	117,7	72,5
Частка у загальній кількості суб'єктів, %:				
малих підприємств	18,1	16,8	14,9	18,2
фізичних осіб-підприємців	81,9	83,2	85,1	81,8

За кількістю підприємців-фізичних осіб в загальній структурі суб'єктів малого підприємництва спостерігається закономірність: збільшення їх долі в передкризовий, кризовий рік, але в період стабілізації відбулось їх різке зменшення. Функціонування малих підприємств та основні економічні показники зведені в табл. 2.

Таблиця 2

Економічні показники функціонування малих підприємств

Показники	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Кількість малих підприємств, од/на 10 тис. осіб населення	76	75	79	70
Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.	15218,6	17250,7	16074,7	17062,7
Частка до загальної реалізації в економіці, %	21,2	19,2	18,8	17,4
Середньомісячна зарплата найманого працівника, грн.	666,26	884,09	953,64	1078,86
Операційні витрати, млн. грн.	14885,9	17139,5	16331,0	17273,3
Фінансовий результат до оподаткування, млн. грн.	-85,2	-694,6	-1498,2	-440,0
Питома вага збиткових підприємств, %	31,9	34,8	38,1	38,3

З даних табл. 2 видно, що кількість малих підприємств починаючи з 2007 року мала тенденцію до зростання, лише в 2010 році вона зменшилась. Це можливо тому, що в цей рік інформація про них сформована по підприємствах, які за даними Реєстру статистичних одиниць визначені як економічно активними, тобто мали найманіх працівників та здійснювали діяльність.

Однак обсяг реалізованої продукції (робіт та послуг) за діючими на той час цінами у кризовій 2008 рік збільшився, у 2009 р. навпаки зменшився, а потім в рік стабілізації повернувся до рівня реалізації передкризового року. Доля реалізованої продукції до загального показника реалізації підприємств-юридичних осіб має тенденцію до зниження, особливо в останній рік. В порівнянні з докризовим роком, частка реалізованої продукції зменшилась при майже однаковій кількості найманіх працівників на одне підприємство. Середня зарплата найманого працівника зросла на 412,6 грн.

Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування показує збитки, що наступили в процесі функціонування, а кількість збиткових підприємств стабільна і доходить до 38,3 %, особливо в останні роки. На нашу думку, така ситуація зумовлена, з однієї сторони, зменшення обсягу реалізації продукції, а з другої зростанням заробітної плати найманых працівників.

Малі підприємства об'єктивно за своєю природою перебувають у гірших умовах на ринку порівняно з великим бізнесом і потребують певної підтримки на основі комплексної державної програми розвитку малого бізнесу. У свій час цьому сприяв Український фонд підтримки підприємництва, але непрозорість його діяльності призвела до того, що видані кредити перетворювалися в безповоротну фінансову допомогу [3]. Опитування підприємців показало, що найважливішим чинником в перешкоді діяльності малого підприємництва є макроекономічна ситуація та високі податки і їх велика кількість, часті зміни податкової звітності, низький купівельний попит, часті зміни в законодавстві, велика кількість законодавчих актів [2], а також, на нашу думку, пошук і отримання фінансових ресурсів.

Ми вважаємо, що фінансово-кредитна допомога малому підприємництву повинна формуватись за такими напрямками:

- стимулювання комерційних банків до надання позик і розширення послуг малим підприємствам шляхом звільнення від оподаткування коштів, що спрямовуються у фонд Кредитів малому підприємництву;

- переорієнтація бюджетних коштів, спрямованих на фінансово-кредитну підтримку малого сектору економіки, з прямого забезпечення фінансовими ресурсами на формування фондів з надання послуг із метою стимулювання процесу кредитування малого підприємництва;

- активізація процесу створення й діяльності недержавних гарантійних і страхових установ для обслуговування малого бізнесу через створення відповідних мотиваційних механізмів зацікавленості в цій діяльності з наданням пільгових умов для їхнього функціонування;

- ефективніше використання іноземної допомоги й активне виявлення своєї позиції у взаємовідносинах із міжнародними фінансовими організаціями;

- сприяння процесу самоорганізації суб'єктів малого підприємництва у розв'язанні своїх фінансово-кредитних проблем шляхом створення установ взаємного фінансування і гарантування.

Таким чином, мале підприємництво в період кризи і стабілізації значно погіршило свої показники діяльності. Причиною цього явища є макроекономічна ситуація на ринку, а також інші чинники (податкові, купівельний попит населення, часті зміни законодавчих актів і їх кількість, адміністративні), але в основному відсутність фінансово-кредитних ресурсів. Формування їх за вказаними напрямками сприятиме позитивному функціонуванню малих підприємств та підвищенню економічної ефективності останніх.

Література

1. Авксентьєв Ю. А., Кужель А. В. Украина. Год 1999 — время предпринимательства [Текст] / Под ред. О. А. Слюсаренка. — Киев : СОПС Украины. — 1999. — С. 28
2. Варналій З. С., Кузнецова І. С. Державна регуляторна політика в сфері малого підприємництва [Текст]. — К. : Інститут економічного прогнозування. — 2002. — С. 24
3. Грицук О. Міжнародна фінансово-технічна допомога малому і середньому підприємництву України [Текст]. // Зб. наук. статей міжвузівської студентської науково-практичної конференції. — Львів : ЛБІ НБУ. — 2001. — С. 25–27.
4. Копченко І. М. Фінансовий механізм сприяння розвитку малого підприємництва [Текст] / Копченко І. М. // Фінанси України, № 5, 2003. — С. 65–69.

5. Смовженко Т. С. Державна політика сприяння розвиткові підприємництва [Текст] : моногр. — Інститут регіональних досліджень НАН України. — Львів : ЛБІ НБУ. — 2001. — С. 64

Цымбалюк В. Н.

ФІНАНСОВІ МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛІРОВАННЯ СУБЪЄКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: РЕАЛІЇ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье исследуется современное состояние предпринимательства в Украине. Анализируются государственные документы, которые будут определять новую идеологию сотрудничества между государством и предпринимателями, а также поиск стратегических решений для разработки тактических мероприятий по развитию субъектов малого предпринимательства в Украине.

Ключевые слова: малое предпринимательство, государство, эффективный механизм поддержки, финансово-кредитный механизм, стабильное финансовое состояние субъектов малого предпринимательства.

Tsumbajyuk V. N.

FINANCE MECHANISM OF STATE REGULATION SMALL BUSINESS: REALITIES AND PROSPECTS

Modern development status of enterprise is analyzed in Ukraine. Development of state document, which will define a new ideology of co-operation between the state and enterprise, and also creation of expert Advice, which is to become the mechanism of general (between power and business) search of strategic decisions, and working groups, for development of tactical decisions and system of measures is offered.

Key words: small enterprise, state, effective mechanism of support, mechanism, stable financial state of small business entities.

УДК 336.1

Козенко А. О.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВЕРТИКАЛЬНОГО ФІНАНСОВОГО ВИРІВНЮВАННЯ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розкрито теоретичні аспекти вертикального фінансового вирівнювання та вертикальних дисбалансів. Проаналізовано та узагальнено досвід організації системи вертикального фінансового вирівнювання за кордоном. Розглядаються шляхи подолання вертикальних фінансових дисбалансів в зарубіжних країнах. Запропоновані заходи щодо покращення дієвості механізму фінансового вирівнювання в Україні.

Ключові слова: вертикальне фінансове вирівнювання, вертикальні дисбаланси, міжурядові трансфери, регіональна фінансова політика.

Збільшення диспропорцій у соціально-економічному розвитку територій України актуалізує питання розробки ефективних механізмів їх скорочення. Збалансованість міжтериторіального розвитку досягається різними засобами державного регулювання, серед яких важливе місце надається механізму фінансового вирівнювання місцевих бюджетів. Теоретичне осмислення суті механізму фінансового вирівнювання, чітке розуміння його структури, місця і мети окремих елементів має непересічне значення, оскільки може сприяти визначенням слабких ланок у цьому механізмі, а отже, і шляхів їхнього зміцнення, посилення їхньої позитивної дії тощо. Світовою практикою визначено підходи до визначення видаткових потреб місцевих бюджетів. Цим методикам притаманні як переваги, так і недоліки, але вибір того чи іншого підходу, як правило, залежить від якості статистичної інформації та моделі фінансового вирівнювання.

Різні аспекти фінансового вирівнювання та зарубіжний досвід у цій сфері у своїх працях досліджувало багато науковців, зокрема Зайчикова В. В., Луніна І. О., Слухай С. В., Заброцька О. В., Івахненко І. С.

Дослідження зарубіжного досвіду вертикального фінансового вирівнювання та впровадження його механізмів в Україні — об'єкт інтересу багатьох дослідників, що черговий раз підтверджує актуальність цієї наукової проблеми.

Метою статті є аналіз механізмів вертикального фінансового вирівнювання за кордоном та запровадження їх в Україні.

У межах навіть незначної за розмірами країни завжди об'єктивно є розбіжності у фінансовому потенціалі окремих територій, певні особливості щодо формування дохідної бази бюджетів і можливостей задоволення місцевих потреб. З огляду на це, видатки місцевих бюджетів у процесі зіставлення з чисельністю населення можуть значно відрізнятися щодо адміністративно-територіальних утворень. Фінансове вирівнювання спрямоване на врегулювання (у певних межах) таких відхилень, тому що їхнє існування створює неоднакові умови для надання гарантованих державою соціальних, адміністративних та інших послуг. Сплачуючи однакові податки, громадяни мають право розраховувати на одинаковий рівень надання суспільних послуг.

Отже, фінансове вирівнювання — це приведення витрат бюджетів (за економічною та функціональною класифікацією) у відповідність до гарантованого державою мінімального рівня соціальних послуг на душу населення, усунення значних диспропорцій у здійсненні видатків окремих територій [2, с. 563].

У зарубіжній практиці склалося кілька основних форм фінансового вирівнювання (рис.1).

В даній статті ми розглядаємо вертикальне фінансове вирівнювання. Вертикальне фінансове вирівнювання передбачає рух бюджетних трансферів між бюджетами вищого і нижчого рівнів у порядку їх адміністративної підпорядкованості.

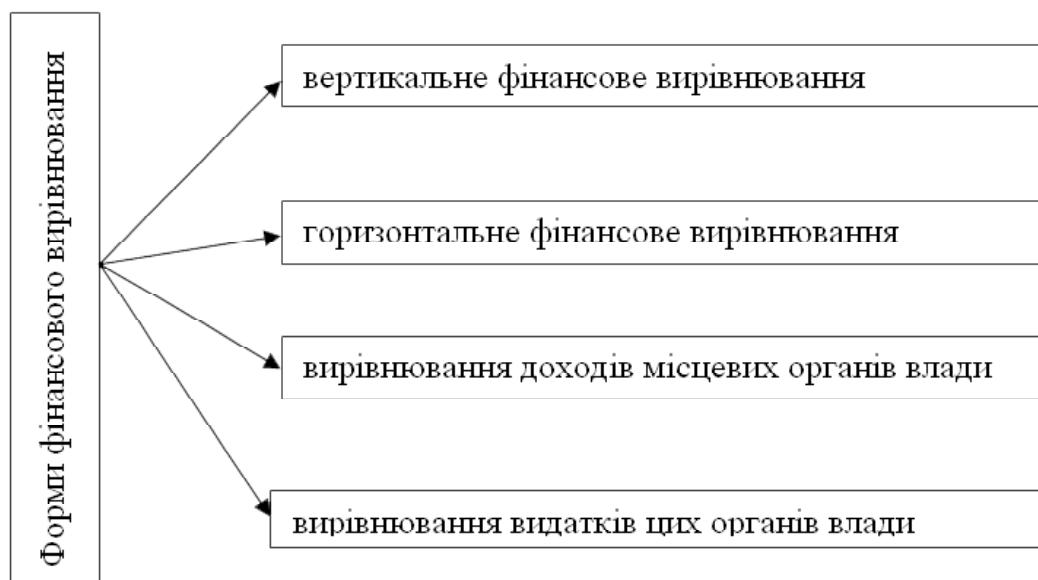


Рис. 1. Форми фінансового вирівнювання в зарубіжних країнах [5, с. 70]

Методи вертикального фінансового вирівнювання — це способи його здійснення на основі використання таких інструментів, як:

- загальні та спеціальні трансфери;
- внески територій;
- розподілені й передані податки та інші.

У кожній країні здійснення фінансового вирівнювання спрямовано на досягнення різних цілей. Серед найзагальніших цілей можна виокремити наступні:

- забезпечення мінімальних стандартів суспільних послуг по всій країні;
- надання органам місцевого самоврядування мінімального рівня ресурсів для фінансування своєї діяльності;
- створення стабільної, передбачуваної, достатньої ресурсної бази органам місцевого самоврядування;
- досягнення ефективності і результативності;
- забезпечення політичної злагоди [1, с. 137].

Однією з головних цілей державної регіональної фінансової політики щодо зближення рівнів соціально-економічного розвитку територій є подолання вертикальних і горизонтальних фіiscalних дисбалансів і фінансове вирівнювання. Мова йде про вже розглянуту передачу місцевій владі доходів від податкових надходжень вищестоячих бюджетів. Державні субсидії і дотації в багатьох країнах забезпечують дуже вагому частину місцевих бюджетних доходів.

Під вертикальними фіiscalними дисбалансами розуміють невідповідність між обсягами фінансових ресурсів того чи іншого рівня влади, регіонального чи місцевого, і обсягами завдань та обов’язків, що на нього покладаються в процесі розподілу компетенції між центральною, регіональною і місцевою владою. Вертикальний фіiscalний дисбаланс означає недостатність фінансових ресурсів і невідповідність певному рівню влади для забезпечення суспільних і державних послуг у межах його завдань.

Проблеми подолання вертикальних фіiscalних дисбалансів розглядаються в зарубіжних виданнях, зокрема в деяких публікаціях російських економістів. В українській літературі подібних публікацій поки що немає. Тому необхідно звернутися до досвіду в зарубіжних країнах [3, с. 357].

Система розподілу доходів в Німеччині побудована на основі додержання принципу фіiscalного федералізму, що включає чіткий розподіл функцій і повноважень між федеральним урядом та землями, розмежування доходів між федеральним бюджетом та бюджетами земель, складну систему фінансового вирівнювання. Фінансове вирівнювання здійснюється у чотири етапи:

- розподіл податків по вертикальній з горизонтальним ефектом;
- підвищення податкових можливостей за допомогою додаткових часток окремих податків (наприклад, податку з обороту);
- вирівнювання згідно з показником фінансових можливостей і показником вирівнювання;
- додаткові відрахування відповідно до завдань земель і додатково до цього надання федеральним урядом фінансової допомоги.

Вирівнювання по вертикальній полягає у розщепленні окремих видів податків між федерацією, землями й громадами. Так, наприклад, прибутковий податок і податок на заробітну плату розподіляється у співвідношенні: 42,5 %, 42,5 % та 15 %; федерація і землі отримують по 50 % податку на доходи з капіталу й податку з корпорацій; 44 % податку з обороту отримує федерація і 56 % — землі. Частки земель у зазначених спільніх податках поділяються згідно з визначеними критеріями. Наприклад, податок на заробітну плату у повному обсязі отримує земля, у якій проживає працівник. Що стосується податку з корпорацій, навпаки, діє принцип місцевозташування підприємства, згідно з яким базою розподілу податку служить заробітна плата, що виплачується у різних місцевостях (філіалах підприємства, розташованих у різних землях). До 75 % частки земель у податку з обороту розподіляється згідно з чисельністю мешканців. Землі з невисокими податковими надходженнями одержують до 25 % надбавки (що називається додатковою часткою на попереднє вирівнювання податку з обороту). Тобто під час вертикального фінансового вирівнювання досягається певний ефект горизонтального вирівнювання [5, с. 69].

Фінансування делегованих повноважень муніципалітетів та регіонів у Чеській Республіці проводиться через цільові трансфери з державного бюджету. Такі трансфери без виключення формують значну частину доходів місцевих бюджетів. Обсяг субвенцій, що надається з державного бюджету — бюджету муніципалітету, обраховується в розрахунку на 1 % сукупних доходів бюджету муніципалітету, а для регіонального бюджету — в розрахунку на 85 % сукупних доходів цього бюджету. Такий порядок обрахунку субвенцій для регіональних бюджетів введено з 2004 року у зв'язку зі збільшенням обсягу податкових надходжень до таких бюджетів.

Іншим важливим джерелом доходів бюджетів муніципалітетів є капітальні трансфери з державного бюджету за програмами охорона навколошнього середовища, культура, фізична культура та спорт. Ці програми реалізуються у вигляді інвестиційно-інноваційних проектів розвитку інфраструктури та мережі закладів відповідного профілю надання суспільних послуг.

Цільові трансфери також використовуються для забезпечення фінансування делегованих регіональним органам державної влади повноважень. Фінансування таких повноважень, як і у випадку з муніципалітетами, проводиться через територіальні органи міністерств та відомств через державні цільові програми. Найбільшу частку видатків у загальному обсязі видатків зведеніх бюджетів регіонів займають видатки на освіту — 76,0 % або 59 більйонів чеських злотих.

Порядок надання трансферів визначено в Бюджетному кодексі. Отже, фінансове вирівнювання ґрунтується на вертикальних засадах. Муніципалітетам надано право

формувати фонд фінансових ресурсів для реалізації важливих інвестиційних проектів муніципального значення. Жодних інших елементів системи фінансового вирівнювання горизонтального підходу не передбачено.

Доходи муніципалітетів Данії формуються за рахунок податкових надходжень, неоподаткових надходжень (плати та внески) та трансферів. Найбільшу частку в доходах муніципалітетів складали податкові надходження — 55,3 %, безумовні трансфери — 15,2 %, цільові трансфери — 11,2 %. В загальному можна зробити висновок про те, що бюджети базового рівня державного управління в Данії — бюджети муніципалітетів — забезпечені податковими та неподатковими надходженнями на рівні 73,6 % загального обсягу доходів. Це вказує на достатній рівень фінансової спроможності таких бюджетів [6, с. 12].

В структурі податкових надходжень бюджетів муніципалітетів найбільшу частку займають надходження податку з доходів фізичних осіб — 87,7 %. Частка плати за землю складає 7,8 %.

У Франції між центральним урядом і органами місцевого самоврядування укладаються спеціальні акти «Про фінансову стабільність» терміном на три роки, в яких обсяг загальної дотації коригується відповідно до рівня інфляції і зростання ВВП. В інших країнах, як у Великій Британії, загальна сума дотацій органам місцевого самоврядування встановлюється на основі поєднання обох методів. Обсяг трансферів визначається урядом з урахуванням співвідношення між центральним і місцевим оподаткуванням та потреб у фінансуванні місцевих суспільних послуг. Більш формалізовано розраховується сума національних податків з бізнесу (National Non-Domestic Rates — NNDR), виходячи з того, що ставка оподаткування зростає не більшими темпами, ніж рівень інфляції, і, відповідно, податкова база збільшується відносно повільно. Сума трансферів для підтримки доходів (Revenue Support Grant — RSG) розраховується наступним чином [6, ст. 16]:

$$RSG = SSA - NNDR - CT \quad (1.1),$$

де *SSA* (Standard Spending Assessment) — стандартна оцінка потреб у видатках, що здійснюється центральним урядом щорічно, і яка відображає відносні потреби органів влади у видатках на основі врахування характеристик території та чисельності споживачів послуг;

CT — доходи від місцевих податків за стандартною (однаковою для всіх територій) ставкою оподаткування.

В Іспанії визначення суми для розподілу загальних трансферів автономним громадам здійснюється в три етапи. Спочатку оцінюється загальний обсяг ресурсів для розподілу з урахуванням відмінностей у фінансуванні видатків і потенційних податкових доходах. Потім загальна сума дотацій підвищується відповідно до зростання загальних податкових доходів і внесків на соціальне страхування. Після цього отримана величина ще збільшується на рівень зростання загальних видатків центрального уряду та інших автономних урядових агенцій.

Джерела фондів, з яких надаються трансфери органам місцевого самоврядування, можуть бути різними: формуватись за рахунок внесків більш заможних територій, надходжень від окремих податків, загальних доходів центрального бюджету.

Проаналізувавши зарубіжний досвід організації фінансового вирівнювання місцевих бюджетів, необхідно зазначити, що в багатьох країнах створено досить ефективні механізми фінансового вирівнювання. Безумовний інтерес та можливість впровадження в Україні становить, насамперед, наступне. При вимірюванні податкового потенціалу за даними про фактичні надходження місцевих бюджетів за попередні роки в деяких країнах здійснюється подальше коригування зазначеного показника та обсягів міжбюджетних трансферів з урахуванням фактичних надходжень у бюджетному році.

Доцільно було б запровадити прив'язку загальної суми окремих видів трансферів місцевим бюджетам до конкретного джерела доходів державного бюджету. Зокрема, можливо визначити певний відсоток доходів державного бюджету для розподілу серед місцевих бюджетів субвенцій на виконання інвестиційних проектів, джерелом фінансування встановити надходження від ПДВ або податку на прибуток підприємств [4, с. 59].

Узагальнення досвіду зарубіжних країн дає змогу зробити висновок про те, що в умовах перехідної економіки України організація процесів перерозподілу фінансових ресурсів повинна відповідати таким вимогам:

— вирівнювання доходів не може бути повним, щоб при цьому місцеві органи влади не втратили самостійність і стимули до використання власних податкових джерел, тобто ставка вирівнювання повинна бути істотно нижчою 100 %;

— вирівнювання доходів бюджетів одного рівня повинно здійснюватися таким чином, щоб послідовність адміністративно-територіальних одиниць до і після перерозподілу доходів не змінювалась;

Світова практика фінансового регулювання територіального розвитку сильно диференційована в залежності від особливостей і розвиненості національних економік, від державного устрою окремих країн, від політичних традицій і від форм міжнародної інтеграції. Усі відомі нам приклади зближення або часткового запозичення моделей міжбюджетних відносин були викликані, у першу чергу, зближенням національних економік та інших вищевказаних умов; тільки цим, наприклад, визначаються слабкі поки що тенденції уніфікації моделей міжбюджетних відносин у країнах Європейського Союзу.

Урахування позитивного досвіду інших країн щодо організації фінансового вирівнювання місцевих бюджетів дозволить покращити чинний в Україні механізм вирівнювання в напрямку підвищення його дієвості.

Література

1. Зайчикова В. В. Місцеві фінанси України та Європейських країн [Текст] : підруч. / В. В. Зайчикова. — К. : НДФІ, 2007. — 299 с.
2. Кириленко О. П., Квасовський О. Р., Лучка І. В., Малиняк Б. С. Місцеві фінанси [Текст] : підруч. / О. П. Кириленко, О. Р. Квасовський, А. В. Лучка, Б. С. Малиняк. — К. : Знання, 2006. — 677 с.
3. Луніна І. О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин [Текст] : моногр. / І. О. Луніна. — К. : Наукова думка, 2006. — 432 с.
4. Шишко О. В. Напрями розвитку системи міжбюджетних відносин України в середньостратегічній перспективі [Текст] / Шишко О. В. // Фінанси України. — 2011. — № 7. — С. 51–61.
5. Яценко Ю. О. Світовий досвід основ організації фінансового вирівнювання: уроки для України [Текст] / Ю. О. Яценко // Економіка України. — 2011. — № 6. — С. 66–77.
6. Karpowicz I. Narrowing Vertical Fiscal Imbalances in Four European Countries [Електронний ресурс] / Karpowicz I. // — <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2012/wp1291.pdf>

Козенко А. А.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВЕРТИКАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО ВЫРАВНИВАНИЯ И ЕГО ВНЕДРЕНИЕ В УКРАИНĘ

Раскрыты теоретические аспекты вертикального финансового выравнивания и вертикальных дисбалансов. Проанализирован опыт организации системы вертикального финансового выравнивания за рубежом. Рассматриваются пути преодоления вертикальных финансовых дисбалансов в зарубежных странах. Предложенные мероприятия относительно улучшения действенности механизма финансового выравнивания в Украине.

Ключевые слова: вертикальное финансовое выравнивание, вертикальные дисбалансы, межправительственные трансферты, региональная финансовая политика.

Kozenko A. O.

FOREIGN EXPERIENCE OF THE VERTICAL FINANCIAL EQUALIZING AND HIS APPLICATION IN UKRAINE

Expose the theoretical aspects of vertical financial equalizing and vertical imbalances. Analyzed and summarize the system of the vertical financial equalizing abroad. Examined the ways of overcoming of vertical financial disbalances in foreign countries. Propose stabilization efforts of improvement the effectiveness of mechanism the financial equalizing in Ukraine.

Keywords: vertical financial equalizing, vertical imbalances, intergovernmental transfers, regional financial policy.

УДК 631.164.23

Лиса О. В., Андрушко Р. П.

СУТЬ ФРАНЧАЙЗИНГУ ТА ВІДОБРАЖЕННЯ ЙОГО В ОБЛІКУ

В науковій статті визначено суть та основні принципи франчайзингу; досліджено його недоліки і переваги; розглянуто законодавчо-нормативну базу його регулювання та особливості бухгалтерського обліку у франчайзера та франчайзі, а також досліджено особливості та загальні принципи франчайзингу в галузі туризму.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, ноу-хау, торгівельна марка, франшиза, регіональний франчайзинг, роялті.

На сьогоднішній день світова практика довела, що франчайзинг є одним з найефективніших способів розвитку бізнесу. Для української економіки цей вид діяльності є відносно новим та актуальним явищем, хоч і зумовлює певні незручності в процесі його організації.

Привабливість франчайзингу полягає в тому, що є переваги для всіх учасників франчайзингових відносин. Для малих та новстворених агентств він дає в розпорядження розкрученій та стабільний бізнес, а для фірм і компаній, які вже працюють на ринку, — можливість зміцнити свої позиції на ринку, розширити бізнес.

Організація такого виду діяльності вимагає дотримання визначених принципів та правил для обох сторін: франчайзера та франчайзі. Розвиток такого бізнесу є доволі привабливим для розвитку вітчизняної економіки, оскільки забезпечує отримання стабільного прибутку з найменшими витратами.

В науковій економічній літературі поняття франчайзингу і франшизи висвітлено недостатньо. В основному їх розглядають в юридичному та маркетинговому аспектах. Щодо облікових проблем франчайзингу, то їм не надається достатньої уваги. Облік та оцінка торгових марок та інших ОІВ, які є невід'ємними елементами франчайзингу, висвітлено у працях таких вчених-економістів: О. Б. Бутнік-Сіверський, В. О. Жаров, В. Кращенко, О. Підопригора, Ю. С. Рудченко.

Дослідження вітчизняних вчених-обліковців зводяться до з'ясування правових аспектів та податкових питань франчайзингу. Поряд з цим, практично не зустрічаються видання наукового характеру, де б висвітлювалась існуюча методика обліку франчайзингу, створювались можливості для висвітлення зобов'язань між сторонами у звітності підприємств. Це призводить до його неоптимального використання.

Отже, виникає необхідність в створенні та забезпеченні такої системи бухгалтерського обліку франчайзингу, яка б дала змогу максимально ефективно використовувати цей вид ведення бізнесу.

Метою статті є визначення суті та значення франчайзингу в системі сучасних економічних відносин та вивчення особливостей його відображення в бухгалтерському обліку.

Для досягнення поставленої мети були вирішенні наступні завдання:

- висвітлено та проаналізовано недоліки і переваги франчайзингу,
- досліджено законодавчо-нормативну базу його регулювання,
- визначено особливості бухгалтерського обліку у франчайзера та франчайзі.

Об'єктом дослідження є відносини, що виникають в процесі здійснення франчайзингу.

Франчайзинг — це спосіб організації бізнесу, при якому компанія-власник (франчайзер) передає незалежному бізнесмену або підприємству (франчайзі) право на продаж товарів чи послуг цієї компанії в обмін на зобов'язання франчайзі продавати ці товари чи послуги:

- із дотриманням певних якісних характеристик;

- з використанням обумовлених технологій;
- за розробленою схемою;
- в чітко зазначеному місці;
- під певним товарним знаком.

Його суть полягає в тому, що в обмін на частину прибутку і своєї незалежності одержується доволі знаний у світі товарний знак, перевірений часом метод ведення бізнесу і цілий пакет технологій та ноу-хау.

Франчайзинг, як і будь-який вид підприємницької діяльності, базується на певних принципах, дотримання яких забезпечує ефективну співпрацю між його учасниками. Основні принципи франчайзингу:

- франчайзер є власником торгівельної марки, ноу-хау, комерційного досвіду та ділової репутації, а також інших нематеріальних активів;
- франчайзер має перевірену та успішну бізнес-ідею;
- франчайзі керує справою під вивіскою франчайзера як незалежний підприємець, франчайзі може бути як юридичною особою, так і фізичною особою-підприємцем, його заробітком є прибуток від діяльності;
- франчайзі є власником майна, що знаходиться в точці;
- франчайзі сплачує вартість франшизи (одноразово), а також періодичні відрахування за користування франшизою;
- франчайзі часто не має можливості самостійно визначати ціни товарів або послуг у своїй точці;
- зазвичай франчайзі має можливість самостійно формувати асортимент у рамках, визначених франчайзером;
- принципи співпраці франчайзера і франчайзі регулює франчайзинговий договір, а інструкції, як власне вести діяльність, зібрані в операційному підручнику;
- франчайзер передає франчайзі знання того, як власне необхідно вести діяльність (ноу-хау) [6].

В економічній літературі існує також розподіл франчайзингу за формами. Найпоширенішою формою франчайзингу є регіональний — у певному районі створюється франчизна система, яку контролює певний франчайзі (головний франчайзі). Підприємства, що відкриваються у цьому районі, є відділеннями франчайзі, а не окремими юридичними особами. Франчайзер передає головному франчайзі права у межах освоюваного району на продажу франчиз третім особам (субфранчайзі). Okремі субфранчайзі можуть керувати більше, ніж одною торговельною одиницею. Тоді договір про субфранчизу називається «багатоелементною франчизою» [9].

Франчайзинг має також визначену типологію, згідно з якою його поділяють на три основні типи:

- виробничий — поставка франчайзером основних компонентів для виготовлення продукції, яка буде реалізуватися під товарним знаком головної компанії франчайзера;
- торговий — франчайзіат купує у франчайзера право на продаж його товарів з його товарним знаком;
- ліцензійний — франчайзер видає франчайзіату ліцензію на право відкриття магазинів для продажу фіrmових товарів і послуг під іменем франчайзера [3].

Досліджуваний вид діяльності має і переваги, і недоліки.

Переваги для франчайзера:

- франчайзер може без великих власних капіталовкладень збільшити кількість збудових точок або виробництв, які надають послуги чи розповсюджують товар;
- збільшує доходи за рахунок зусиль франчайзіата;

- знижує витрати виробництва, оскільки витрати на утримання підприємства франчайзіата несе франчайзіат;
- франчайзіата має право згідно до франчайзу використовувати запатентовану торгову марку.

Щодо недоліків франчайзингу для франчайзера, то вони такі:

- складність контролю франчайзером франчайзіатів;
 - ризик втратити репутацію через неякісну роботу франчайзіата;
 - франчайзер не може змінити франчайзіата, якщо виники конфлікти між ними.
- В процесі здійснення такої діяльності перед франчайзіатом відкривається багато можливостей, таких як:
- самостійно вести бізнес під відомим торговим знаком;
 - вести бізнес на нових, недоступних без договору франчайзингу ринках;
 - використовувати допомогу від франчайзера з підготовки персоналу до роботи;
 - використовувати рекламу франчайзера та ін.

Проте існують і певні недоліки для франчайзіата, які полягають в тому, що:

- франчайзіат ризикує своїм бізнесом, якщо погіршується репутація франчайзера;
- неможливість проявляти ініціативу без дозволу франчайзера;
- значні витрати на послуги франчайзера та ін.

Законодавчу базу франчайзингу складають Закони України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про захист від несумлінної конкуренції». Облікове забезпечення франчайзингу, на нашу думку, безпосередньо залежить від умов договору. Так, оскільки визначення поняття «франчайзинг» в українському законодавстві немає, то у зв'язку з цим виникають певні ускладнення з бухгалтерським і податковим обліком таких операцій. Виходячи з того, що платежі за договором франчайзингу за своїм економічним змістом підпадають під визначення «роєлті», доцільно було б у таких договорах зазначати, що франчайзі сплачує франчайзору платежі роялті з детальним визначенням порядку розрахунку останніх. Такий порядок зумовлений різноманітністю послуг та операцій, які включає пакет франшизи. З облікової точки зору кращим варіантом було б взагалі уникати терміну «франчайзинг» і детально визначати предмет договору як договір на використання інтелектуальної власності (знак на товари, послуги і ноу-хау). Значний вплив на правильне ведення обліку франчайзингу має визначення порядку передачі ділової і технічної інформації, інструкцій і документації. Разом з тим, ускладнення виникнуть у випадку, якщо, згідно з договором, франчайзер надає послуги з навчання персоналу франчайзі.

Головними учасниками франчайзингових відносин є франчайзер-компанія, що видає ліцензію або передає право на користування своїм товарним знаком, ноу-хау або операційними системами та франчайзі — це фізична чи юридична особа, яка купує у франчайзера можливість навчання і отримання допомоги при створенні бізнесу і виплачує сервісну плату (роєлті) за використання товарного знаку, ноу-хау і системи ведення робіт франчайзера [6].

Згідно з п. 4 П(С)БО 8 розробка — це застосування підприємством результатів досліджень та інших знань для планування і проектування нових або значно вдосконалених матеріалів, приладів, продуктів, процесів, систем або послуг до початку їх серійного виробництва або використання [10]. Тому ноу-хау, створені власними силами франчайзера, є розробками франчайзера і належать йому.

Згідно з п.17 П(С)БО 8 первісна вартість нематеріального активу, створеного власними силами, включає прямі витрати на оплату праці, прямі матеріальні витрати,

інші витрати, безпосередньо пов'язані зі створенням цього нематеріального активу і доведенням його до стану придатного для використання за призначенням [10]. Тому таку господарську операцію відображаємо Д-т 154 К-т 281, 20, 22 на суму прямих матеріальних витрат (сировини, матеріалів, товарів витрачених на проведення експерименту), Д-т 154 К-т 661 на суму прямих витрат на оплату праці, Д-т 154 К-т 65 на суму витрат на соціальне страхування. При введенні ноу-хау в експлуатацію суму всіх витрат, яка є водночас первісною вартістю нематеріального активу, створеного власними силами, списуємо на рах.124: Д-т 124 і К-т 154.

Розглянемо облік створення торгової марки у франчайзера. У п. 9 П(С)БО 8 зазначено, що витрати на створення торгових марок (товарних знаків) не визнаються активом, а підлягають відображення у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені [10]. Отже, для обліку витрат зі створенням торгових марок не можна використовувати субрахунок 154. Відповідно до Інструкції № 291, на субрахунку 941 «Витрати на дослідження і розробки» ведеться облік вартості розробок, якщо вони відповідають вимогам П(С)БО 8. Проте, торгова марка не підходить під таке визначення розробок. Запропонуємо облік витрат на створення торгової марки відображати через Д-т 93 «Витрати на збут», оскільки торгова марка використовується для збути продукції. При цьому доцільно кредитувати рахунки К-т 20, 22 — на суму матеріальних витрат (сировини, матеріалів, витрачених на створення торгової марки), К-т 661 — на суму витрат на оплату праці, К-т 65 — на суму витрат на соціальне страхування.

З початку дії договору франчайзингу франчайзер надає право користування своїми нематеріальними активами і в майбутньому має намір отримувати дохід за це, тобто має довгострокову дебіторську заборгованість до франчайзі: Д-т 183 «Інша дебіторська заборгованість» та доходи в майбутньому: К-т 69 «Доходи майбутніх періодів». Нараховані періодичні платежі за договором франчайзингу (періодичні платежі за послуги визнаються як дохід за принципом нарахування згідно з економічним змістом договору франчайзингу (ст. 10 П(С)БО 15) будуть відображатися Д-т 69 та К-т 719 «Інші доходи від операційної діяльності». Платне надання франчизи — це не реалізація нематеріальних активів і не реалізація продукції, послуг, тому не можна застосовувати субрахунок 703.

При переводі довгострокової дебіторської заборгованості до складу поточної з оплати франшизи Д-т 373 «Розрахунки за нарахованими доходами» К-т 183 «Інша дебіторська заборгованість».

Отриману франшизу (привілей у користуванні торговими марками і ноу-хау франчайзера) із наперед визначеною загальною вартістю франшизоотримувач повинен враховувати як нематеріальний актив на балансовому субрахунку 127 «Інші нематеріальні активи» (за вирахуванням ПДВ), оскільки до інших нематеріальних активів належить право на проведення діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо (п. 5 П(С)БО 8) [10]. Цей субрахунок дебетується в кореспонденції з кредитом рахунка 55 «Інші довгострокові зобов'язання», оскільки маємо довгострокове платіжне зобов'язання франчайзі. Важливо також зазначити, що тут відразу дебетується субрахунок 127, тобто, минаючи субрахунок 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів», оскільки франчайзі в цьому випадку отримує саме право користування чужою торговою маркою, а не набуває її у власність і не створює своїми (або чужими) силами.

Якщо ж виплати роялті ґрунтуються на договірному відсотку від торгової виручки франчайзі, то облік ведеться без використання рахунків 127 і 55, оскільки загальна вартість франшизи наперед не відома. Витрати на виплату «плаваючих» роялті нараховуються після закінчення місяця: Д-т 93 К-т 685 (сума за вирахуванням ПДВ).

З Інструкції № 291 Про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [11]

випливає, що витрати франчайзі, пов'язані з освоєнням нового виробництва (так звані пускові витрати), належать до витрат майбутніх періодів (Д-т 39). Вони включають витрати продовольчої сировини і напівфабрикатів, а також оплату праці вже навченого персоналу в період контрольних (на підприємстві франчайзі) випробувань його готовності до виконання замовлень майбутніх клієнтів відповідно до нормативів якості й часу, встановлених франчайзером.

Облік вартості отриманих від франчайзера послуг з навчання персоналу (за вирахуванням ПДВ) ведеться франчайзі за п. 9 П(С)БО 8, згідно з яким витрати на підготовку і перепідготовку кадрів не визнаються активом, а підлягають відображення у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені [10]. Ця сума відноситься до дебету рахунка 93 (разом з усіма іншими витратами обігу підприємств торгівлі та громадського харчування).

Франчайзинг є дуже специфічним методом або шляхом поширення товарів чи послуг, який пропонує підприємцям короткий шлях до зростання, оскільки вони отримують готову справу, а для франчайзі — дає можливість швидкого розширення.

Організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницький ризик, тому що в цьому випадку відбувається використання вже відпрацьованого бізнесу, що довів свою ефективність. Франчайзинг є однією з найбільш ефективних форм підтримки туристичного бізнесу, оскільки при франчайзингу знижується підприємницький ризик, бо використовується вже відпрацьований ефективний бізнес. У сферах, де використовується франчайзинг, спостерігається швидкий розвиток та введення нових напрямів відправлення туристів і форм надання послуг.

Важливо також зазначити, що франчайзинг у своєму розвитку пройшов довгий шлях вдосконалення у всьому світі, проте для економіки України він є відносно новим явищем. Цей факт викликає ряд незручностей і невизначеностей, які постають перед вітчизняними підприємцями в цій галузі. Проте, не зважаючи на це, франчайзинг розвивається доволі швидкими темпами в різних галузях економіки, що дає можливість зробити прогноз про його подальше вдосконалення та закріплення в системі ринкових відносин України.

На сучасному етапі становлення економічної системи України франчайзинг розглядається як вид діяльності, який знаходиться на стадії формування та розвитку. Поширення франчайзингу в Україні дає змогу ефективніше організувати бізнес з меншими затратами, що підвищить конкурентоспроможність вітчизняної економіки.

Розвиток франчайзингу в Україні має ряд проблем, які потребують негайного вирішення. Зокрема, для розширення франчайзингу на Україні має велике значення його закріплення на законодавчому рівні.

Невирішеним і дуже важливим питанням в системі вдосконалення франчайзингу в Україні є врегулювання процесу ведення бухгалтерського обліку в учасників. Це зумовлює, в свою чергу, невідповідності у відображені господарських операцій у бухгалтерському обліку різних суб'єктів франчайзингових відносин, що унеможлилює зіставлення показників їх діяльності та приведення у відповідність до міжнародних стандартів.

Література

1. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні [Текст] : Фінанси України. — 2001. — № 2. — С. 96–104. — ISBN 966-7821-31-5.
2. Виноградська А. М. Основи підприємництва [Текст] : навч. посіб., 2-е видання / Виноградська А. — К. : Кондор, 2005. — 544 с. — ISBN 966-620-054-6.
3. Гудзь О., Кохановська О. Договір франчайзингу: світовий досвід 1 і перспективи розвитку в Україні [Текст] : Людина і політика. — 2003. — № 1. — С. 129–136. — ISBN 966-8506-95-6.

4. Довгань В. Франчайзинг путь к расширению бизнеса [Текст]. — М. : Дело, 1991. — 242 с. — ISBN 966-322-0690-0.
5. Манів З. О., Луцький І. М. Економіка підприємства [Текст] : навч. посіб. — К. : Знання, 2004. — 580 с. — ISBN 966-7760-04-4.
6. Сидоров Я. Франчайзинг — нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні [Текст] : Підприємництво, господарство і право. — 2003. - ISBN 966-650-073-8.
7. Федоренко В. Г., Денисенко М. П., Руженський М. М. Підприємництво [Текст]. — К. : МАУП, 2005. — 280 с. — ISBN 966-9631-74-6.
8. Федулова Л. І., Федоренко В. Г., Гриньов В. Ф. Бізнес-менеджмент [Текст]. — К. : МАУП, 2007. — 632 с. — ISBN 966-322-0690-0.
9. Широбокова Н. М. Договір франчайзингу [Текст] //Держава та регіони. — 2006. — № 6. — С. 448–451.
10. Національні стандарти бухгалтерського обліку//Все про бухгалтерський облік (Спецвипуск 135). — 8 лютого 2005. — № 13 (1046). — С. 3–102.
11. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій // Національні стандарти бухгалтерського обліку в Україні. — Львів : Інтелект-захід, 2000. — С. 23.

Лыса О. В., Андрушко Р. П.

СУТНОСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГА И ЕГО ОТОБРАЖЕНИЕ В УЧЕТЕ

В научной статье определена сущность и основные принципы франчайзинга; исследованы его недостатки и преимущества; рассмотрена законодательно-нормативная база его регулирования и особенности бухгалтерского учета у франчайзера и франчайзи, а также исследованы особенности и общие принципы франчайзинга в области туризма.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, ноу-хай, торговая марка, франшиза, региональный франчайзинг, роялти.

Lysa O. V., Andrushko R. P.

THE ESSENCE OF FRANCHISING AND ITS PRESENTATION IN ACCOUNT

The article defines the essence and basic principles of franchising investigates advantages and disadvantages of franchising considered legal-regulatory framework regulation and accounting features of the franchisor and the franchisee, and also the features and general principles of franchising in the tourism industry.

Keywords: franchising, franchisor, franchisees, know-how, trade mark, franchise, regional franchising, royalty.

УДК 336.717

Корчан А. В.

БАЗОВІ ОСНОВИ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ І ВПРОВАДЖЕННЯ СТАНДАРТІВ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ КЛІЄНТІВ БАНКУ

Статтю присвячено виявленню факторів, що впливають на процес розробки стандартів якості обслуговування клієнтів банку. У дослідженні автором було виявлено ключові завдання банку з управління якістю банківських послуг, особливості цілей розробки програми контролю якості банківських послуг і напрямки перспективної роботи банку з впровадженням стандартів якості банківського обслуговування.

Ключові слова: якість банківської послуги, якість обслуговування, банки-конкуренти, ефективні бізнес-комунікації.

Насичення ринку банківських послуг і відповідне загострення конкурентної боротьби банків за клієнта є логічним етапом в розвитку ринкових стосунків в Україні. Бурхливий розвиток вітчизняного фінансового ринку настільки розширив вибір фінансових інструментів і способів інвестування, що клієнту є що вибирати з різноманіття банківських пропозицій. Переконані, саме тому основою успішного (отже і прибуткового) функціонування банку є фокусування цілей на можливостях якісного обслуговування клієнтів і відповідне реагування на очікування клієнта до рівня банківського обслуговування.

Актуальність дослідження факторів впливу на якість банківських послуг та їх характеру підкреслювалась такими авторами, як Крейндлин Б. Л., Лаврушин О. И., Ткачук О. В., Тютюнник А. В., Чурбанов А. В., Лакосник Е. А.

Серед зарубіжних фахівців думку, що у сфері банківських послуг сьогодні саме якість обслуговування клієнтів визначає успіх конкурентної боротьби, стверджують Ленсколд Дж., Каплан Р., Нортон Д. В роботах Дихтель Е. та Хершгейна Х. доведено, що найкращі інформаційні технології в банку і найбільший капітал важать небагато, якщо банк не працює якісно. Якість банківського обслуговування Амблер Т. та Ламбен Ж. вважають настільки ж важливою конкурентною перевагою та фактором формування попиту, як і ціну.

Значна кількість досліджень у цьому науковому напрямку з'явилася останніми роками і в Україні. Варто відзначити праці О. Грищенко, С. Ілляшенка, О. Криклій, С. Кубіва, Н. Маслової, А. Мещерякова, І. Парасій-Вергуненко, І. Сало. Проте, зауважимо, що в більшості наукових праць досліджувана проблема розглядається фрагментарно. Це обумовлює актуальність наукового дослідження і є визначальним при обґрунтуванні теми статті, її мети, завдань і змісту.

Мета статті полягає у визначенні поняття «якість банківської послуги», аналізі факторів, що впливають на процес розробки стандартів якості обслуговування клієнтів банку та наданні рекомендацій щодо підвищення якості обслуговування українських банків.

Визначаючи якість банківської послуги, Чуев И. Н. та Чечевицина Л. Н. [1] представляють її як категорію, що є сукупністю властивостей банківської послуги, які надають їй здатність задовольняти потреби клієнтів. Поділяємо таку позицію і вважаємо, що на якість банківських послуг впливають наступні фактори:

- імідж банку, його стабільність і популяреність;
- величина статутного капіталу та активів;
- постійна клієнтура;
- наявність широкої мережі відділень і перспективи її розширення;
- дієва реклама;
- кваліфікація працівників банку й досвід їх роботи.

З якістю банківських послуг тісно пов'язана якість обслуговування — ступінь здатності задовольнити потреби клієнта, виправдати та перевищити його очікування, «прив'язати» клієнта до конкретного відділення та менеджера, що його обслуговує [2].

Основними завданнями банку з управління якістю банківських послуг вважаємо:

- аналіз ринку та визначення можливостей відкриття регіональних відділень банку;
- аналіз попиту клієнтів на банківські послуги, їх якість та ціни;
- аналіз стратегії банків-конкурентів;
- розробка та реалізація маркетингових планів.

Менеджер банку повинен вміти «говорити мовою клієнта», тобто зрозуміло і чітко пояснювати клієнтам, які не орієнтуються в банківській справі, як конкретні банківські послуги здатні вирішити їх проблеми з грошима або допомогти їм заробити гроші.

Банк повинен обов'язково розробляти програми контролю якості послуг, керуючись наступними цілями:

- збереження існуючих клієнтів і залучення нових клієнтів;
- оцінка заходів, що поліпшують чи погіршують якість банківського обслуговування;
- постійний контроль заходів з підвищення якості послуг;
- створення основи для навчання та підвищення кваліфікації персоналу банку.

Досягнення поставлених цілей забезпечить банку конкурентну перевагу, що, в свою чергу, позитивно вплине на результати фінансово-господарської діяльності та збільшення показників прибутковості на вкладений капітал.

Стандартами якості обслуговування доцільно вважати сукупність якісних та кількісних параметрів обслуговування клієнтів, що забезпечують ефективну реалізацію клієнтської політики банку. Для оптимізації роботи менеджерів з клієнтами, отже й для підвищення якості обслуговування клієнтів, банкам необхідно розробляти та впроваджувати ключові показники клієнтської політики. По-перше, необхідно визначити очікування клієнта від обслуговування в установі банку (табл. 1).

Таблиця 1
Очікування клієнта від рівня банківського обслуговування

Показники	Характеристика
Швидке обслуговування	надання клієнтом інформації про себе лише один раз; час обробки даних та швидкість прийняття рішень; швидкість надання послуг; мінімальний час очікування на увагу менеджера
Доступність	час, який витрачає клієнт на очікування; універсальність співробітників
Професіоналізм та компетентність	досконале знання послуг та їх якостей; вміння виявляти потреби клієнта та пропонувати йому адекватні банківські послуги
Прозорість і ясність	зрозумілість та доступність банківської інформації; відкритість процесів, мінімізація «неприємних» сюрпризів
Стійкі взаємовідносини	орієнтація банку на довгострокове співробітництво; демонстрація надійності та впевненості та довірчих стосунків з клієнтом

З точки зору клієнтів [3], критеріями якості банківського обслуговування є: швидкість обслуговування, терміновість проведення операцій, години роботи банку, наявність помилок і неточностей в роботі, якість консультування.

Для банку критеріями якості є [4, 5]: швидкість внутрішніх робочих процесів, рівень витрат на виправлення допущених помилок, продуктивність праці, мотивація працівників банку та інші чинники, які зіставляються з рівнем витрат на створення банківських послуг.

На думку зарубіжних дослідників [6, 7, 8] найбільш важливим критерієм для визначення якості банківських послуг клієнтом є кваліфікація обслуговуючого персоналу і оточення.

Якість банківського обслуговування зараз є настільки ж важливою конкурентною перевагою та фактором формування попиту, як і ціна. За результатами сучасних фахових досліджень [9], ввічливість та компетентність персоналу банку складають 21 % впливу на лояльність клієнтів до нього, ще 27 % — це орієнтованість банку на потреби клієнтів.

Робота з клієнтами вимагає від банківського фахівця не тільки кваліфікованої підготовки, але й хорошого знання основ психології, ділової етики, уміння вести переговори. У багатьох випадках клієнтові складно або практично неможливо оцінити головний вимірювач якості послуг — кваліфікацію банкіра. Тому велике значення має навколоїшнє оточення і наявність додаткових послуг: особиста увага, ввічливість, чуйність обслуговуючого персоналу, спілкування на мові клієнта, вміння слухати.

Загальна успішність клієнтоорієнтованої діяльності банку залежить від того, наскільки глибоко менеджер знає свого клієнта, тобто його очікування. Одним з джерел знань про ці очікування є комунікативна інформація, яка може бути виявлена лише в процесі безпосереднього спілкування з клієнтом. Спілкування з клієнтом, як видима частина процесу їх обслуговування, є одним з параметрів, за яким клієнт оцінює рівень сервісу. Клієнт свідомо та підсвідомо відмічає комунікативність, здатність співробітника спілкуватися на зрозумілій клієнту мові; прагнення зрозуміти клієнтські потреби та комфортність фізичного та психологічного контакту зі співробітниками.

Але не всі складові процесу обслуговування однаково впливають на сприйняття клієнтом рівня сервісу банку. Залежно від того, в якій мірі відбувається контакт менеджера та клієнта, а також від рівня тих чи інших характеристик обслуговування (вимог клієнтів), фактори обслуговування можуть бути поділені на три групи: ключові, необхідні та вабливі. До ключових факторів обслуговування відносяться: швидкість прийняття рішень, висока якість обслуговування, чесність, піклування про клієнта. Вабливі фактори — сучасність, престижність, розвиток технологій, західні стандарти роботи. Необхідні фактори — надійність та стабільність, здатність задоволити бізнесові потреби, компетентність, відсутність черг.

З урахуванням закономірностей функціонування банків можна запропонувати наступне формулювання основних принципів створення ефективних бізнес-комунікацій, які сприятимуть досягненню вказаних вище факторів обслуговування клієнтів:

— принцип сервісної орієнтації (створення послуг, які максимально відповідають потребам клієнтів; формування банківського персоналу, який має відповідні повноваження та компетенцію та відповідає критеріям високої культури);

— принцип диверсифікації. Даний принцип обумовлений тим, що в умовах постійного ускладнення і різноманітності зовнішнього середовища банк повинен диверсифікувати як комунікативні засоби впливу на об'єкти комунікації, так і самі існуючі комунікації;

— принцип інформаційної відкритості. Даний принцип обумовлений тим, що всі банківські структури повинні створювати єдиний інформаційний простір, використання

можливостей якого здатне оптимізувати як вже існуючі бізнес-комунікації, так і сприяти побудові нових бізнес-комунікацій, виходячи з персоніфікованого підходу і використання особистісних засобів комунікації;

— маркетинговий принцип;

— принцип функціональної організації, що передбачає групування елементів управління відповідно до їх функцій. Так, залежно від кількості банків, що оперують на ринку, і кількості клієнтів, банк може посідати різні конкурентні позиції, тобто бути монополією, олігополією або ж знаходитися в умовах чистої конкуренції.

Згідно конкурентної позиції банку необхідно обрати одну з чотирьох стратегій, яка, в свою чергу, буде визначати функціонування комплексу бізнес-комунікацій:

— стратегія лідерства — доволі великий обсяг банківських послуг, наявність передових інформаційних технологій;

— стратегія диференціації банківських послуг — передбачає створення банком різних варіантів однієї і тієї ж послуги, що дозволяє максимально враховувати побажання клієнтів;

— стратегія концентрації на сегменті — передбачає зосередження банку на чітко вираженому ринковому сегменті, що представлений групою споживачів з однорідними потребами;

— інноваційна конкурентна стратегія втілюється банком під час розробки послуги, у якої немає аналогів на ринку.

Вважаємо, що застосування ефективних бізнес-комунікацій в банку забезпечить підвищення рівня його прибутковості і капіталізації, а також сприятиме залученню нових клієнтів в банк та задоволенню інтересів вже існуючих клієнтів.

Щоб витримати конкуренцію та підвищити якість банківських послуг, можна також запропонувати наступні заходи, реалізація яких дозволить розширити набір банківських послуг, збільшити обсяги їх продажів та поліпшити якість наявних банківських послуг:

— впровадження високотехнологічного дистанційного обслуговування клієнтів;

— проведення активних маркетингових заходів банку;

— підвищення професійного рівня банківських менеджерів.

Таким чином, на основі проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що основні проблеми сфери банківських послуг необхідно вирішувати шляхом розробки програм, спрямованих на поліпшення якості банківських послуг, що надаються клієнтам. Грамотне формування стратегії банку щодо розвитку якісних банківських послуг — об'єктивна реальність і необхідність, основа для успішного функціонування та розвитку банку в сучасних економічних умовах України.

Література

1. Чуев И. Н., Чечевицяна Л. Н. Экономика предприятия [Текст] / И. Н. Чуев, Л. Н. Чечевицяна. — М. : Дашков и К., 2008. — 416 с.
2. Лакосник Е. Управление взаимоотношениями с клиентами в отделениях // Банк. практика за рубежом. — 2004. — № 3 (63). — С. 22–23.
3. Крейндлин Б. Л. Активные продажи: стратегия захвата и удержания клиентов // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2003. — № 4 (46). — С. 52–59.
4. Банковское дело [Текст]/ Под ред. О. И. Лаврушина. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Финансы и статистика, 2010. — 678 с.
5. Тютюнник А. В., Турбанов А. В. Банковское дело [Текст] / А. В. Тютюнник, А. В. Турбанов. — 2-е изд. — М. : Финансы и статистика, 2010. — 608 с.
6. Амблер Т. Практический маркетинг // Пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. — С-Пб : Питер, 2009. — 400 с.

-
7. Дихтель Е., Хершгейн Х. Практический маркетинг [Текст]. — М. : Высшая школа : ИНФРА-М, 2006. - 255 с.
8. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст]. — С-Пб. : Наука, 2006. — 589 с.
9. Шарков Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе [Текст] : учеб., 3-е изд. — С-Пб. : Дашков и К, 2011. — С. 348.

Корчан А. В.

БАЗОВЫЕ ОСНОВЫ ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ И ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТОВ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ БАНКА

Статья посвящена выявлению факторов, влияющих на процесс разработки стандартов качества обслуживания клиентов банка. В исследовании автором были выявлены ключевые задачи банка по управлению качеством банковских услуг, особенности целей разработки программы контроля за качеством банковских услуг и направления перспективной работы банка по внедрению стандартов качества банковского обслуживания.

Ключевые слова: качество банковской услуги, качество обслуживания, банки-конкуренты, эффективные бизнес-коммуникации.

Korchan A. V.

THE BASIC PRINCIPLES OF THE PROCESS OF DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF QUALITY STANDARDS FOR CLIENT SERVICE IN THE BANK

The article is devoted to the identification of factors influencing the development of quality standards of the customer service. The study authors identified key objectives of the bank to manage the quality of banking services, especially the purpose of developing programs to control the quality of banking services and a promising area of the bank to implement the quality standards of banking service.

Key words: quality of banking services, quality of service, competitor banks, effective business communications.

Розділ 2.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

УДК 338.48.

Негода Г. А.

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ
ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ**

У статті проаналізовані різні методичні підходи українських вчених до проведення оцінки туристичного потенціалу регіону. Враховуючи на досвід попередників, автор запропонував власну методику розрахунку туристичного потенціалу регіону.

Ключові слова: туристичний потенціал, методичні підходи, оцінка, туристичні ресурси, регіон.

З метою ефективного планування успішного розвитку туристського комплексу в умовах ринкового господарювання необхідна комплексна оцінка його потенціалу. Це пов'язано з тим, що вирішення ключових для розвитку туризму в регіоні питань обумовлює необхідність знання органами влади та інвесторами величини накопиченого туристичного потенціалу, тенденцій і динаміки його зміни та ефективності його використання. Основне призначення оцінки туристичного потенціалу регіону — це можливість виявити й оцінити резерви розвитку його туристичної системи, економічну ефективність витрат у відтворенні туристичного потенціалу та складових його елементів.

У вітчизняній науковій літературі питанню оцінки туристичного потенціалу регіону приділено чимало уваги. Деякі вчені віддають перевагу бальному методу оцінки туристичного потенціалу (О. Бейдик [1], Л. Гринів, М. Копач, В. Кравців, С. Кузик [9]). Інші автори, такі як В. Мацола [6], Л. Черчик [9], М. Фоменко [8], Е. Щепанський [10], розробили альтернативні методики оцінки туристичного потенціалу регіону, засновані на врахуванні різних параметрів.

Утім, недоліком пропонованих методологій є той факт, що оцінка потенціалу регіонів проводиться через призму кількості природно-географічних, природно-антропогенних і соціально-історичних ресурсів. Усе це свідчить про необхідність удосконалення існуючих методик оцінки туристичного потенціалу і розробки такої методології розрахунку туристичного потенціалу України, при якому б рейтинг регіонів відповідав кількості обслуговуваних туристів.

Проаналізувати різні методичні підходи оцінки туристичного потенціалу регіону.

Оцінка рекреаційних ресурсів, як назначає В. Преображенський, є складним і не до кінця вивченим процесом [2, с. 173]. Ця складність зумовлена багатьма чинниками, серед яких — відсутність чітко розроблених методик, рівень забезпеченості інформацією про якість і кількість рекреаційних ресурсів, «невидимість» ефекту використання ресурсів, суб'єктивність оцінок тощо.

Один із варіантів методики оцінки природного рекреаційно-ресурсного потенціалу навів О. Бейдик [1, с. 47–79], який, вивчаючи ресурсно-рекреаційні домінанти регіонів України, проводить бальну оцінку туристичних ресурсів за їх структурою. Сутність бального підходу оцінки туристичних ресурсів полягає в тому, що оціночні шкали побудо-

вані на подальшій структуризації видових компонентів у відповідності з, наприклад, історико-культурною важливістю явищ, що їх характеризують, і часу, необхідного для огляду таких об'єктів. Необхідний час огляду визначають спеціалісти-експерти. Чим більше часу необхідно для пізнання об'єкту, тим вища пізнавальна цінність, а це означає, що вищий оціночний бал йому присвоюється.

Природний потенціал рекреації органічно доповнюється багатим арсеналом пам'яток історії, культури, архітектури, мистецства, етнографічних пам'яток і пам'яток народної творчості. Низка авторів (В. Кравців, Л. Гринів, М. Копач, С. Кузик) для оцінки історико-культурних туристичних ресурсів також використовують метод бальних оцінок [7, с. 61–77]. Найвищим балом науковці оцінюють показник групи пам'ятників, що мають високу архітектурно-мистецьку цінність. Далі об'єднують покомпонентні бали окремих компонентів оцінок в інтегральну величину, яка і характеризує пізнавальну цінність туристичних ресурсів.

До суспільно-історичних рекреаційних ресурсів належать архітектурно-історичні, біосоціальні, подієві ресурси, яким притаманна своя специфіка, ексклюзивний пізнавальний потенціал, методика дослідження. Суспільно-історичні рекреаційні ресурси є однією з головних складових туристичного іміджу території, важливим компонентом змісту туристичних карт.

Основа бальної оцінки архітектурно-історичних рекреаційних ресурсів — кількість найвизначніших архітектурно-містобудівних споруд. Зрозуміло, що вона є однією з перших спроб методологічного осмислення феномена пам'яток архітектури у вітчизняній географії.

У випадку бальної оцінки інфраструктурних рекреаційно-туристичних ресурсів України розглядають такі показники: кількість закладів оздоровлення та відпочинку; кількість туристичних готелів. Бал оцінки інфраструктурного блоку адміністративної одиниці визначають за загальною кількістю готелів, закладів оздоровлення та відпочинку.

Біосоціальні рекреаційні ресурси об'єднують культурно-історичні та інші об'єкти, пов'язані з певним життєвим циклом або епізодом тієї чи іншої видатної особи (народження, діяльність, перебування, поховання). Подієві рекреаційні ресурси охоплюють найсуттєвіші прояви соціального та природного руху, знакові події в історії певної території (політичні, військові, культурні, економічні, екологічні).

I. Зелінський пропонує для здійснення інтегральної оцінки рекреаційного потенціалу використовувати методичний підхід, який складається з чотирьох етапів. Так, на першому етапі проводиться оцінка природного потенціалу регіону (водних, мінеральних вод, лікувальних грязей, земельних ресурсів). На другому етапі пропонується здійснювати оцінку рівня використання природного потенціалу регіону з рекреаційною метою, на третьому етапі — здійснювати оцінку стану та використання рекреаційно-оздоровчих закладів та відповідної інфраструктури на території регіону. Четвертий етап, протягом якого проводиться оцінка ефективності рекреаційно-оздоровчого забезпечення в регіоні, є завершальним [5]. Для оцінки використовуються показники, що характеризують ефективність (співвідношення доходів та витрат) функціонування рекреаційно-оздоровчої галузі регіону.

Своєрідним доповненням до наведеної вище методики може слугувати позиція В. Мацоли щодо створення методичних основ визначення економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів як елемента ринкових відносин, які повинні будуватися, на його думку, на обліку таких їх властивостей, як: територіальна причетність природних рекреаційних ресурсів до рекреаційних місцевостей, що зумовлює необхідність комплексного підходу до проведення їх економічної оцінки; невідновлюваність запасів, певний лікувальний вид і цілорічність експлуатації природних рекреаційних ресурсів; рентоносність природних рекреаційних ресурсів, тобто у зв'язку з диференціацією їх природних

корисних властивостей і постійної обмеженості в просторі створюються об'єктивні передумови для диференціації стабільних доходів, які отримуються у результаті їх експлуатації [6, с. 112–122].

В основі компонентної оцінки туристичного потенціалу регіону, запропонованої Л. Черчик, лежить методика, сутність якої полягає у визначенні сукупної можливості природних рекреаційних ресурсів задоволити рекреаційні потреби людей з врахуванням запасів та норм використання [9].

Герасимчук З. В. пропонує здійснювати оцінку туристичного потенціалу регіону за наступними етапами [3, с. 60] (рис.1):

Е. Щепанський для оцінки туристичного потенціалу регіону проводить оцінку природних та історико-культурних ресурсів регіону за такими напрямами: рівень забезпе-

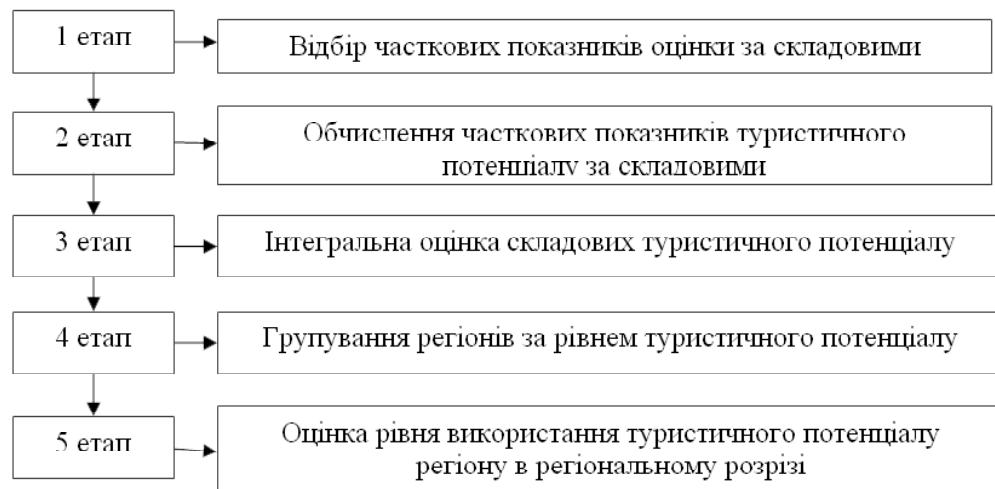


Рис. 1. Етапи оцінки туристичного потенціалу регіону за Герасимчуком З. В. [3, с. 60]

ченості області закладами оздоровлення та відпочинку, стан готельного господарства регіону, ресурсне забезпечення (водні, природно-лісові ресурси, природно-заповідний фонд, мінералогічні ресурси), забезпеченість області історико-культурними ресурсами [10].

Загальним у методології оцінки території туристичного призначення є визначення характеристик, які мають важливе значення для здійснення порівняльної оцінки. Зокрема, в методології оцінки Донецького інституту туристичного бізнесу, обґрунтованої під керівництвом В. Данильчука, для промислової території запропоновано враховувати 66 чинників, об'єднаних у вісім блоків: рельєф, водний об'єкт, рослинний покрив, естетичний потенціал, культурно-освітні об'єкти, культові об'єкти, установи відпочинку, техногенні параметри [4, с. 14].

Розглянувши різні підходи до оцінки туристичного потенціалу регіону, зазначимо, що українські науковці пропонують використовувати переважно бальний метод оцінки. Бальна оцінка в процедурному плані, на нашу думку, може бути розділена на три варіанти.

Перший варіант (індикаційний) бальної оцінки, використовується при наявності індикаторного показника, що відображає туристичний потенціал території, однак в іншому просторовому розрізі. Процедура оцінки у даному варіанті є пошуком зв'язку між індикаторним показником і факторами за допомогою регресійного або кореляційного аналізу.

Другий варіант бальної оцінки (інтеграційний) використовується при наявності декількох прямих показників, що характеризують туристичний потенціал регіону. У даному випадку оцінка проводиться за компенсаційним правилом прийняття рішень простим додаванням нормалізованих показників.

У випадку відсутності можливостей оцінки туристичного потенціалу регіону індикаційним або інтеграційним методами використовується третій варіант бальної оцінки — редукційний. Відібрані показники редукуються в попередню оцінку туристичного потенціалу регіону.

Важливим блоком бальної оцінки є якісна (експертна) оцінка туристичного потенціалу, яка дозволяє скорегувати результати інтеграційної оцінки, звести значення оцінки туристичного потенціалу, отримані за допомогою редукційного підходу, в інтегральний показник, враховуючи всі правила прийняття рішень (компенсаційні та некомпенсаційні) суб'єктом туризму. За результатами оцінки кожен тип туризму у кожного експерта отримує певну вагу. Далі експертні оцінки зіставляються між собою (кореляційний аналіз) та перевіряються на узгодженість (коєфіцієнт конкордації). Експертні оцінки, які мають найбільшу узгодженість з думками інших експертів, отримують більшу значимість. Отримані значення інтегральної оцінки туристичного потенціалу розбиваються на кванти з присвоєнням відповідних якісних і кількісних характеристик.

Оцінка туристичного потенціалу регіону дозволяє відстежувати його створення та розвиток під час просування до ідеального стану поетапно. Таким чином, необхідно акцентувати увагу не на самому туристичному потенціалі, а на рівні його розвитку. Основними вимогами до проведення оцінки туристичного потенціалу регіону є необхідність, безперервність, повнота охоплення, єдність, наочність, точність, об'єктивність, простота й універсальність.

Отже, вважаємо, що оцінку туристичного потенціалу регіону доцільно проводити за таким алгоритмом:



Рис. 2. Алгоритм оцінки туристичного потенціалу регіону
(Джерело: власна розробка автора)

Така черговість оцінки рівня туристичного потенціалу дозволяє охарактеризувати силу впливу зовнішніх і внутрішніх факторів його розвитку, науково обґрунтувати стратегію розвитку туристичного потенціалу регіону, виявити резерви підвищення його потенціалу та ефективності його використання.

На першому етапі оцінки внутрішнього туристичного потенціалу пропонується проводити оцінку ресурсного потенціалу за допомогою системи балів і її подальшого викладу в кількисну оцінку. Проводити її пропонується з урахуванням значущості кожного з п'яти оцінних критерій: унікальність, привабливість, транспортна доступність, безпека, пізнавальність. У зв'язку з великою різноманітністю туристичних ресурсів пропонується розглядати їх у наступній послідовності: географічне розташування; ландшафт; клімат; гідротермальні ресурси; екологія; історичний потенціал; культурний потенціал; інфраструктурний потенціал; трудові ресурси; фінансові ресурси; інформаційні ресурси. На основі обраних показників розраховується сумарна оцінка балів за кожним видом ресурсу і виводиться середня арифметична оцінка ресурсу.

На основі результатів проведеного ретроспективного аналізу впливу факторів пропонується проведення групування позитивних і негативних факторів, які можуть впливати на розвиток туристського потенціалу в майбутньому. Для подальшого використання отриманого групування факторів і з метою виявлення сильних і слабких сторін та розробки стратегії розвитку туристського потенціалу на перспективу пропонується проведення SWOT-аналізу, який є найбільш комплексною процедурою стратегічного аналізу галузі та її зовнішнього навколошнього середовища.

SWOT-аналіз факторів розвитку туристичного потенціалу регіону пропонується проводити з групуванням факторів у шість груп: 1) ринкова кон'юнктура; 2) інституційні ринки; 3) транспортно-географічний фактор; 4) трудові ресурси; 5) ринок інвестицій; 6) організаційні чинники. За результатами проведення SWOT-аналізу повинні бути визначені основні напрямки оптимізації впливу факторів розвитку конкурентоспроможного туристського комплексу на середньо- і довгострокову перспективу.

Оцінка туристичного потенціалу регіону має винятково важливе значення для підвищення галузевої конкурентоспроможності туристичного комплексу у відношенні до інших галузей регіону і туристичних комплексів інших регіонів. Результатом оцінки туристичного потенціалу може бути ранжування факторів середовища для подальшого визначення альтернатив і стратегії розвитку туристичного комплексу, виявлення резервів підвищення ефективності туристичного потенціалу регіону, а також наукове обґрунтування стратегії розвитку туризму в регіоні.

Розроблена нами методика не претендує на вичерпність і досконалість. Зокрема, її виконання є доволі трудомістким, оскільки вимагає попередньої підготовки (збір і обробка архівних даних, вивчення публікацій у ЗМІ); вона не дає чітких рекомендацій, не визначає необхідність конкретних дій, а лише основою для їх розробки; точність результатів аналізу впливу факторів визначається кваліфікацією і творчим баченням дослідника.

У той же час дана методика визначення туристичного потенціалу регіону володіє низкою переваг. Так, її результати можуть бути використані для розробки стратегії майбутнього розвитку туристичного комплексу, вона забезпечує доступність результатів оцінки туристичного потенціалу регіону для всіх учасників туристської діяльності регіону, має високу ступінь структурованості оцінок, що дозволяє формулювати проблеми в управлінні туристськими ресурсами і ранжувати їх залежно від отриманого результату.

Предметом подальшого вивчення досліджуваної у статті проблеми може стати аналіз домінуючих позитивних і негативних факторів формування туристичного потенціалу регіону в перспективі.

Література

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методика та методологія аналізу, термінологія, районування [Текст] / О. О. Бейдик. — К. : Вид.-поліграф. центр «Київський університет», 2001. — 395 с.
2. Герасимчук З. В. Теоретичні аспекти раціонального використання та охорони туристичних ресурсів [Текст] / З. В. Герасимчук, Л. Ю. Матвійчук // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. — № 2. — Луцьк : РВВ Вежа ВНУ імені Лесі Українки, 2011. — С. 171–180.
3. Герасимчук З. В., Ткачук В. Р. Інвестиційний потенціал регіону: методика оцінки, механізми нарощення [Текст] : моногр. — Луцьк : Надстир'я, 2009. — 232 с.
4. Данильчук В. Ф. Методологічні основи формування і розвитку туристичної діяльності на промисловій території [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України / В. Ф. Данильчук. — Донецьк, 2009. — 37 с.
5. Зелінський І. Про статистичну оцінку рекреаційно-оздоровчого забезпечення населення в регіоні [Текст] / І. Зелінський // Регіональна економіка. Додаток «Регіони України. Економіко-статистичні порівняння». — 2001. — № 2.
6. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України [Текст] / В. І. Мацола. — Л. : [б. в.], 1997. — 259 с.
7. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери [Текст] / Кравців В. С., Гринів Л. С., Копач М. В., Кузик С. П. — Львів : НАН України. — ІРД НАН України, 1999. — 78 с.
8. Фоменко М. В. Рекреаційні ресурси та курортологія [Текст] : навч. посіб. / М. В. Фоменко. — К. : Центр навчальної літератури, 2007. — 312 с.
9. Черчик Л. М. Формування та розвиток територіальної рекреації системи регіону (на прикладі Волинської області) [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 / Ін-т регіональних досліджень НАН України / Л. М. Черчик. — Львів, 1999. — 20 с.
10. Щепанський Е. В. Науково-методичні засади стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону [Текст] : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 / Наук.-дослід. екон. ін-т Мін-ва економіки та з питань європ. інтеграції України / Е. Щепанський. — К., 2003. — 17 с.

Негода А. А.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

В статье проанализированы различные методические подходы украинских ученых к проведению оценки туристического потенциала региона. Опираясь на опыт предшественников, автор предложил собственную методику расчета туристического потенциала региона.

Ключевые слова: туристический потенциал, методические подходы, оценка, туристические ресурсы, регион.

Negoda G. A.

METHODICAL APPROACHES TO EVALUATION TOURIST POTENTIAL OF THE REGION

The article analyzes different methodical approaches of Ukrainian scientists in the evaluation of tourism potential of the region. Drawing on the experience of predecessors, the author proposed own methodology of the calculation of tourism potential of the region.

Keywords: tourism potential, methodical approaches, evaluation, tourism resources, region

УДК: 346.12[338.48:711.435] (477.83)

Димочкіна В. В.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В МАЛИХ МІСТАХ ЛЬВІВЩИНИ

Розглядаються питання необхідності визначення нормативно-правової основи розвитку туристичної сфери в малих містах України на прикладі Львівської області. Охарактеризовано сучасний стан законодавчої бази у сфері розвитку туризму в малих містах Львівщини. Особлива увага акцентується на прогалинах нормативно-правового регулювання, що перешкоджають розвитку туризму в області.

Ключові слова: нормативно-правове забезпечення, туризм, туристична діяльність, регіональні нормативні акти, малі міста.

Сьогодні Львівщина є одним з найбільш привабливих регіонів з точки зору розвитку туризму в Україні, тому вдосконалення законодавчої бази у сфері розвитку туризму на регіональних рівнях відіграє важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем міст та регіонів їх розташування.

Варто наголосити, що з правової точки зору ще не визначені місце і роль малих міст в структурі українського адміністративно-територіального устрою, а тому необхідно з'ясувати історико-правове значення малих міст України. Насамперед, місто — це економіко-географічний феномен, пов'язаний як з природою, так і діяльністю людини [5, с. 5].

Згідно Постанови Кабінету Міністрів України «Про Основні напрями забезпечення комплексного розвитку малих монофункціональних міст» від 17 березня 2000 р., N 521, мале місто — це місто із загальною чисельністю населення до 50 тис. чоловік.

Актуальним постає розгляд нормативно-правового забезпечення регіональної туристичної сфери в малих містах України, адже такого типу міста — це дуже проблематична категорія поселень. Варто зазначити, що майже половина жителів України безпосередньо пов'язані з малими містами, тобто містами з населенням менше 50 тисяч мешканців. Значна кількість малих міст віднесена до категорії малих монофункціональних депресивних міст (депресивних регіонів). У науковій літературі відсутні чіткі критерії та підходи до віднесення території до категорії «депресивний регіон» (такий, що перебуває в занепаді). Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» трактує депресивні території як регіони чи їх частини (район, місто обласного значення або кілька районів, міст обласного значення), рівень розвитку яких (якої) за показниками, визначеними цим Законом, є найнижчим серед територій відповідного типу. Депресивний регіон (мале монофункціональне депресивне місто) — це територія з високим рівнем концентрації промислово-виробничого потенціалу, сучасний стан якої є проявом кризи економіки і спаду виробництва у галузях та регіонах [7, с. 15].

Отже, метою статті є огляд нормативно-правової основи розвитку туристичної сфери в малих містах України на прикладі Львівської області, розгляд передумов обрання стійкого напрямку розвитку законодавчої бази у сфері туризму в малих містах Львівщини.

Малі міста мають особливе значення для подальшого розвитку поселенської мережі та господарського комплексу України. Близько 25 відсотків малих міст України належать до малих міст з переважно промисловими функціями [6, с. 105].

Сучасний стан малих монофункціональних міст характеризується проявами кризових явищ останнього десятиріччя, серед яких:

— кризові явища у промисловості, які призводять до того, підприємства військово-промислового комплексу, будівельної індустрії практично не працюють, а інші промислові підприємства недостатньо завантажені;

- вузька спеціалізація виробництва, яка призводить до залежності економіки міста від роботи одного-двох підприємств, що в умовах відсутності платоспроможного попиту ставить під загрозу можливість подальшого існування малих міст;
- відсутність достатньої кількості кваліфікованих управлінських кадрів;
- низькі темпи будівництва житла та об'єктів соціальної інфраструктури;
- обмеженість вибору професій, недостатня кількість робочих місць, нерозвинутість сфери обслуговування, що призводить до ускладнення ситуації на ринку праці, загострює демографічні проблеми малих міст;
- низький рівень доходів населення;
- відсутність розвинутої системи водопостачання та каналізаційних мереж;
- недостатній розвиток транспортних зв'язків з сільськими населеними пунктами;
- низький рівень благоустрою, наявність проблем, пов'язаних із збиранням та знешкодженням твердих відходів [3, с. 182].

На сьогодні питаннями нормативно-правового забезпечення туристичної сфери зацікавлена значна кількість дослідників, зокрема, С. В. Максименко, О. В. Шершніова, А. Г. Бобкова, Г. М. Долматов, О. Б. Василів, В. П. Вахмістров. Забезпечення комплексного розвитку регіонів визнано завданням загальнодержавного значення, що відображене в численних нормативно-правових документах, а саме в Законі України «Про Концепцію державної регіональної політики», «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст України». Наукові публікації свідчать, що аналіз нормативно-правової бази на регіональному рівні проведений недостатній.

Наприклад, О. Б. Василів досліджує туристично-рекреаційну сферу Івано-Франківщини та Карпатського регіону [6, с. 14]. Г. М. Долматов у своєму підручнику «Міжнародный туристский бизнес: история, реальность и перспективы» розкриває наступні теми: Законодавчі акти деяких держав світового співтовариства, що регламентують взаємовідносини суб'єктів туристичного ринку; важливі документи, прийняті Всесвітньою Туристичною організацією системи ООН [6, с. 94]. С. В. Максименко досліджує поняття і зміст права на туризм і свободу туристичних мандрівок [10, с. 20]. Однак праць, які б містили комплексний аналіз регіонального правового забезпечення розвитку туристичної сфери у Львівській області не має.

У зв'язку з цим, постає проблема аналізу нормативно-правового регулювання туристичної сфери в малих містах Львівщини. Державна туристична політика в Україні реалізується через державні, обласні та міські стратегії і програми розвитку туризму. На регіональних рівнях розробляються та затверджуються обласні програми розвитку туристичної сфери (наприклад, Програма розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області). Надзвичайно негативними тенденціями формування нормативно-правового поля туристичної політики в Україні є те, що, незважаючи на науково-обґрунтований підхід до складання програмних та стратегічних документів, які містять важливі заходи, в більшості випадків значна їх частина залишається декларативними внаслідок відсутності фінансування, а також відсутності обов'язкового звітування перед громадськістю щодо виконаних зобов'язань згідно програм та стратегій [12, с. 81].

Важливою складовою посилення уваги до проблем малих міст є прийняття Верховною Радою України Закону України «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст», в якому значне місце відведене питанням раціонального використання та збереження туристично-рекреаційного, культурно-історичного та природного потенціалу, як засобу покращення соціально-економічного становища.

Проте, важливо, щоб ця Програма була профінансована в повній мірі за рахунок державних коштів та коштів малих міст, а реалізовані заходи були ефективними у коротко- та довгостроковій перспективі.

В законі значне місце відведено питанням раціонального використання та збереження туристично-рекреаційного, культурно-історичного та природного потенціалу як засобу покращення соціально-економічного становища. Зокрема, одночасно з розвитком туризму та рекреації будуть розвиватися пов'язані з ними галузі та види діяльності. Крім забезпечення еволюції, туризм отримає: розвиток наук, підготовку кадрів (для екскурсійної справи, перекладачів), фестивальну, театрально-концертну, спортивно-видовищну діяльність [12, с. 56].

Відповідно до чинних національних нормативно-правових актів на регіональному рівні створюються документи, в яких визначаються основні практичні кроки для реалізації державної регіональної політики та розвитку туризму на рівні області. До основної національної нормативної бази, що регулюють розвиток туризму та туристичної інфраструктури в малих містах України доцільно віднести: Конституцію України, Закони України «Про внесення Змін до Закону України "Про туризм"» № 1281-ІУ від 18.11.2003 р., «Про курорти» № 2026-ІІІ від 05.10.2000 р., «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст» № 1580-ІУ від 04.03.2004 р.; «Про охорону культурної спадщини» № 1805-ІІІ від 25.07.2000 р. тощо; Постанову Верховної Ради України «Про концепцію сталого розвитку населених пунктів» № 1359 від 24.12.1999 р. та Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» № 583 від 29.04.2002 р., а також інші нормативно-правові акти, видані Верховною Радою, Кабінетом Міністрів та Президентом України.

Нормативно-правова база відіграє провідну роль у підвищенні ефективності діяльності туристичних підприємств, починаючи з державної реєстрації й закінчуючи реалізацією туристичного продукту. Важливе місце належить туристичній діяльності. Отже, туристична діяльність — це професійна діяльність фізичних і юридичних осіб з метою організації подорожей [10, с. 122].

Відповідно до чинних національних нормативно-правових актів на регіональному рівні створюються документи, в яких визначаються основні практичні кроки для реалізації державної регіональної політики та розвитку туризму на рівні області. Зокрема, «Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2011–2013 р.р.», яка розробилася Управління розвитку туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації. Мета цієї програми — формування на території регіону високоефективної туристичної індустрії відповідно до міжнародних вимог, яка дала б змогу задовільнити потреби в туристичних послугах як вітчизняних, так і іноземних туристів та гостей Львівщини. 10 березня 2011 року на 2-й сесії 6-го скликання Львівської міської ради була прийнята ухвала № 243 «Про Програму розвитку туристичної галузі міста». Керуючись Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», відповідно до ухвал міської ради від 07.05.2010 № 3460 «Про Стратегію підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 року» міська рада ухвалила затвердити Програму розвитку туристичної галузі міста. Метою реалізації Програми розвитку туристичної галузі міста є збільшення туристичних потоків на основі як вже існуючих, так і потенційних сегментів для забезпечення міста стабільними прибутками, а також для сприяння подальшого розвитку кластеру туризму.

В роботі туристичної галузі можна виділити наступні проблеми, що стримують її розвиток в малих містах Львівщини:

- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
-

- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- недоліки в системі регіонального управління;
- необхідність передання частини повноважень органам місцевого самоврядування [11, с. 64].

Пропозиції щодо подолання недоліків

1. На державному рівні необхідно здійснити вдосконалення законодавчої бази щодо державної фінансової підтримки депресивних міст, створення спеціального інвестиційного режиму на територіях пріоритетного розвитку та спеціальних (вільних) економічних зон та інше.

2. Необхідно розробити проекти нормативних актів щодо прискорення розвитку інфраструктури малих міст: транспортних терміналів, фінансово-кредитних установ, сучасних систем зв’язку, ринку інформаційної продукції і послуг та їх інтеграції у міжнародне інформаційне поле.

3. Потребує розробки та впровадження в життя законопроект з питань заохочення підприємств, установ, організацій в працевлаштуванні випускників навчальних закладів різних рівнів акредитації.

4. Доцільно розробити нормативні акти щодо заохочення ділової активності населення малих міст у розбудові економіки за рахунок оптимізації кількості господарюючих суб’єктів різних форм власності, удосконалення податкової системи з посиленням її стимулюючої функції у сфері активізації виробництва та інвестиційної діяльності.

Отже, виконання Програми розвитку туризму на Львівщині та допоміжних нормативно-правових актів у сфері туристичної діяльності на рівні регіону дасть змогу відновити і зміцнити існуючу матеріально-технічну базу туризму, створити якісний туристичний продукт, який здатний максимально задовольнити потреби населення, забезпечити комплексний розвиток регіонів області, здійснити реконструкцію діючих рекреаційних об’єктів, провести відновлення, реставрацію та збереження пам’яток історії культури та архітектури, заповідних зон і природних ландшафтів, створити передумови для залучення іноземних інвестицій, забезпечити створення високоприбуткової галузі економіки, яка задовольнить потреби внутрішнього та іноземного туризму.

Література

1. Бобкова А. Г. Правовое обеспечение рекреационной деятельности [Текст] : дис. ... д-ра юрид. наук : 12.00.04; 12.00.06 / Донецкий национальный ун-т МОН Украины. Донецк, 2001. — 466 с.
2. Бойко-Бойчук О. Категорія «місто»: сутність, визначення [Текст] // Управління сучасним містом / Науково-практичний журнал. — 2005. — № 3-4/7-12 (19-20). — С. 47–59.
3. Василів О. Б. Державне управління розвитком туристично-рекреаційної галузі на регіональному рівні (на прикладі Івано-Франківської області) [Текст] : дис. ... канд. наук: 25.00.01. — 2008.
4. Гладкий Ю. Н., Чистобаев А. И. Регионоведение [Текст] : учеб. — М. : Гардарики, 2002;
5. Глобалізація. Регіоналізація. Регіональна політика. Хрестоматія з сучасної зарубіжної соціології регіонів [Текст] / Укл. Кононов І. Ф., Бородачов В. П., Топольськов Д. М. — Луганськ : Альма матер-Знання, 2002.
6. Долматов Г. М. Международный туристский бизнес: история, реальность и перспективы [Текст] : учеб. пособ. / Г. М. Долматов. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. — 320 с.
7. Закон України Про туризм // Відомості Верховної Ради України. — 1995. — № 31. — К. : Видавництво Верховної Ради.
8. Конституція України: Прийнята Верховною Радою України 28 червня 1996 р. // ВВР України. — 1996. — № 30
9. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно-правовые аспекты [Текст]. — Одесса : Латстар, 2001. — 250 с.

10. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу [Текст] : Навчальний посібник. — Київ : Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
11. Мельниченко С. В. Туристична галузь — суттєве джерело поповнення коштів державного бюджету [Текст] // Фінанси України. — 2001. — № 2. — С. 63–68.
12. Місце туристичного законодавства в правовій системі України [Текст] // Туристичний феномен: економічні, соціальні, екологічні та культурно-історичні передумови і наслідки: Матеріали IV-ої міжнародної науково-практичної конференції 14–16 травня 2002 р. — Святогорськ, 2002. — С. 80–83.
13. Проект Закону України «Про внесення змін до Закону України "Про туризм"» // Держава і право [Текст] : збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Випуск 20. — К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2003. — С. 181–185.

Дымочкина В. В.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ В МАЛЫХ ГОРОДАХ ЛЬВОВЩИНЫ

В работе рассматривается вопрос необходимости определения нормативно-правовой основы развития туристической сферы в малых городах на примере Львовской области. Охарактеризовано современное состояние законодательной базы в сфере развития туризма в малых городах Львовщины. Особенное внимание уделяется определению нормативно-правового регулирования и обнаружению недостатков, которые препятствуют развитию туризма в области.

Ключевые слова: нормативно-правовое обеспечение, туризм, туристическая деятельность, региональные нормативные акты, малые города.

Dymochkina V. V.

NORMATIVELY-LEGAL PROVIDING IN THE SPHERE OF DEVELOPMENT TOURISM IN LVIV REGION'S SMALL TOWNS

In work the question of necessity of definition of normatively-legal bases of development tourism sphere in small towns on the example of Lviv area is considered. The modern conditions of legislative basic in the sphere of development tourism in small towns of Lviv area are characterized. The special emphasize is spared to determination of the normatively-legal management and finding out defects, which hinder to development of tourism in the area.

Keywords: normatively-legal providing, tourism, tourist activity, regional normative acts, small cities.

УДК 338.48.004:005.342

Самодай В. П., Степаненко О. В.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Визначено сутність та значення інформаційного забезпечення інноваційної діяльності туристичних фірм, охарактеризовано основні складові інформаційних технологій. Запропоновано заходи щодо покращання інформаційного забезпечення туристичних підприємств.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, інноваційна діяльність, складові системи інформаційних технологій, комп'ютеризація.

Однією з особливостей функціонування туристичної галузі є інформаційна насыщеність процесу виробництва, формування та реалізація такого специфічного товару як туристичний продукт. Тому, для успішної діяльності будь-якого туристичного підприємства, за сучасних умов, важливим є налагодження достовірної та своєчасної інформації. На сьогодні до інформації ставляться високі вимоги: точність, надійність, оперативність, багатофункціональність, адекватність, швидкість опрацювання, гнучкість та інші вимоги, а сукупність цих вимог реалізується в межах інформаційних систем, що базуються на комп'ютерних інформаційних технологіях [8].

Збір, обробка, застосування та передача інформації мають особливе значення у щоденній роботі підприємства в туризмі. Інформаційне забезпечення є важливим чинником у впровадженні інновацій на туристичних підприємствах.

Низка науковців: О. Виноградова, О. Губанова, М. Єфремова, С. Мельниченко досліджували питання теорії та практики в сфері інформаційного забезпечення туристичних компаній. Враховуючи останні наукові дослідження у сфері інформаційного забезпечення в туризмі, слід зазначити про необхідність подальших досліджень у цій галузі.

Мета статті виділити особливості інформаційного забезпечення та шляхи його оптимізації в інноваційній діяльності підприємств туризму.

Розвиток туристичної діяльності в Україні та питання щодо інформаційного забезпечення інноваційної діяльності туристичних фірм є актуальним, тому, що збільшується кількість різноманітних послуг. Інформаційні потоки забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг, між виробниками і споживачами цих послуг, причому, не тільки у вигляді потоків даних, а й у формі послуг і платежів.

Прийняття рішень щодо управління, що зменшують використання фінансових ресурсів, сприяють збільшенню дохідності і підвищенню конкурентоспроможності туристичних компаній і залежать від своєчасної та достовірної інформації [4].

Питома вага використання нових інформаційних технологій у документообліку туристичного підприємства невисока і це знижує їх конкурентні переваги перед іноземними фірмами, представниками, посередниками на міжнародному ринку туризму. Про це свідчить аналіз джерел отримання інформації підприємством [3] (табл. 1).

Створення нових інформаційних технологій має велике значення для розвитку суспільства. Це зумовлює зміни технології матеріального і нематеріального виробництва, у результаті формуючи новий стиль роботи і спосіб життя, в цілому. Суть інформаційних технологій це методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління об'єктами, у тому числі, підприємствами сфери туризму [1].

Характерною особливістю туристичного ринку є неможливість відчути результат, це свідчить про його ризиковий характер. Необхідним є цілеспрямований пошук та організація роботи, щодо зниження ступеня ризику, вміння отримання та збільшення доходу (прибутку) у невизначеній господарській ситуації. Тому, для туристичних під-

Таблиця 1
Джерела отримання туристичним підприємством інформації про туристичний ринок

№ п/п	Засоби передачі та розповсюдження інформації	Середній показник, (%)
1	Засоби масової інформації (ЗМІ)	20
2	Виставково-ярмаркові заходи	42
3	Комп'ютерні системи резервування	20
4	Електронні мережі (INTERNET)	10
5	Внутрішньоофісні системи (+ туристичні інформаційні системи)	8

приємств доцільно впроваджувати інноваційні форми діяльності, які будуть сприяти використанню науково-технічних новацій, для одержання найкращого результату в їх практичній діяльності [2]. Складовими системи інформаційних технологій у туристському секторі є комп'ютерні системи резервування, інформаційні системи управління, електронні інформаційні системи авіаліній, електронне пересилання грошей, телефонні мережі, системи проведення телеконференцій і т. д. Найактивніше інформаційні технології використовуються турагентами і туроператорами, їхню діяльність неможливо уявити без використання комп'ютерних систем резервування (CSR) [5; 7]. Інформаційне забезпечення в туризмі створюється як для загального, так і для професійного користувача. Системи загального користування надають інформацію про підприємства, що працюють у цій системі з описом видів і напрямів їхньої діяльності, рекламні матеріали, можливість купівлі послуг конкретної компанії, нормативно-правові норми у сфері туризму. Професійні системи доступні тільки туристичним компаніям, великим корпоративним клієнтам, постачальникам туристичних послуг (готелям, транспортним компаніям, підприємствам сфери послуг тощо). На професійних каналах забезпечується необхідна швидкість доступу, обміну і захисту інформації.

Інформаційне забезпечення туристичних підприємств становить систему інформаційних ресурсів та методів їх організації, що є необхідними для впровадження аналітичних процедур. Впровадження механізму комп'ютеризації і застосування доцільних програм для сфери туризму сприяє покращенню інформаційного забезпечення туристичних компаній.

Безперечним фактом є те, що в сучасних умовах, використання інформаційних технологій у сфері туристичних послуг є важливим чинником успішної реалізації туристичного продукту на національному та міжнародному ринках послуг. В індустрії туризму необхідно застосовувати системи, які за короткий термін можуть надати відомості про доступність транспортних засобів, забезпечити успішне бронювання, ефективне з'ясування низки питань в момент отримання туристичних послуг [6].

Для вдосконалення інформаційного забезпечення національного туристичного ринку необхідно:

- впроваджувати сучасні управлінські системи і технології;
- використовувати сучасну обчислювальну техніку;
- застосовувати автоматизовані системи управління.

Одним із найважливіших досягнень сфери туризму є її комп'ютеризація. Персональний комп'ютер та мережа Інтернет дали змогу створювати загальнодоступну, надзвичайно інформаційно містку, та, порівняно з іншими інформаційно-технологічними

системами, дешеву й швидку інформаційну інфраструктуру, їх доступність та надійність сприяли впровадженню у всі сфери суспільства нових інформаційних технологій, які повною мірою забезпечили ріст продуктивності у сфері послуг [2].

Значним кроком у сфері інформаційного забезпечення стало створення Української Туристичної Інформаційної Системи (UTIS) у 1999 році. Ця система містить інформацію про туристичні послуги, і сприяє поширенню їхнього продукту на внутрішній і зовнішній ринки, а застосування реклами дасть змогу реалізувати туристичний продукт, який пропонується туристичними компаніями [8]. Це впровадження є інновацією в інформаційному забезпеченні та важливою умовою успіху на ринку послуг та дозволить національним підприємствам орієнтуватися на міжнародні стандарти ведення туристичного бізнесу.

Останнім часом світовий ринок туристичних послуг зазнав якісних і кількісних змін, завдяки використанню і подальшому вдосконаленню інформаційних технологій. Використання туристичними фірмами мережі Internet та web-програм, як каналу поширення своїх послуг допомагає туристам одержувати необхідну інформацію про місце перебування і його привабливі особливості, що важливо для пропаганди і розвитку українського в'їзного туризму. Тому, можна трактувати, що розвиток туристичного бізнесу в Україні прямо пов'язаний з інформаційним забезпеченням інноваційної діяльності.

Перспективи подальших розвідок слід спрямовувати на дослідження додаткових джерел отримання інформації туристичними підприємствами про інноваційні процеси в туристичній індустрії.

Література

1. Виноградова О. В. Вплив інформаційно-технологічного фактору на конкурентоспроможність українських послуг на світовому ринку / О. В. Виноградова // Актуальні проблеми міжнародних відносин [Текст] : зб. наук. праць. — К. : ІМВ КНУ, 2003. — Ч. 1. — С. 167–169.
2. Губанова О. В. Управление, прогнозирование, информационные технологии в сервисной деятельности [Текст]. Ч. 4 / О. В. Губанова, Т. Ю. Новгородцев, С. В. Чупров. — Иркутск : ИГЭА, 2001. — 286 с.
3. Демаш А. В. Информационные технологии (ИТ) в туризме. Частный взгляд [Текст] / А. В. Демаш // Туризм и курортное дело. — 2006. — № 1. — С. 18–21.
4. Ефремова М. В. Основы технологий туристического бизнеса [Текст] / М. В. Ефремова. — М. : Ось-89, 1999. — 66 с.
5. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / С. В. Мельниченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 493 с.
6. Окрепилов В. В. Управление качеством [Текст] : учеб. / В. В. Окрепилов. — М. : Экономика, 2000. — 911 с.
7. Скопень М. М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі [Текст] : навч. посіб. / М. М. Скопень. — К. : КОНДОР, 2005. — 302 с.
8. Сучасні інформаційні технології в туризмі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.br.com.ua>.

Самодай В. П., Степаненко О. В.

ИФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.

В статье определена сущность и значение информационного обеспечения инновационной деятельности туристических фирм, характеризованы основные составляющие информационных технологий. Предложены мероприятия по улучшению информационного обеспечения туристических предприятий.

Ключевые слова: информационное обеспечение, инновационная деятельность, составляющие системы информационных технологий, компьютеризация.

Samoday V. P., Stepanenko O. V.

INFORMATIONAL SUPPORT OF INNOVATING TOURISM COMPANIES

In the article the intension and significance of information management innovation travel agencies, the basic components of information technology. The measures to improve information management of tourism enterprises.

Keywords: information system, innovation, information resources, elements of information technology, computerization.

УДК 303.722.4: 338.48 (477)

Крап Н. П., Ладик С. Р.

ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО АНАЛІЗУ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ УКРАЇНИ

У статті розглядається можливість використання методу деревовидної ієрархічної кластеризації для аналізу діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів України. У результаті використання даного методу сформовано 5 великих кластерів, що дозволяє виділити групи регіонів з різним рівнем розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Отримані результати можуть бути використані для аналізу діяльності туристичних об'єктів та оцінки туристичної привабливості регіону, а також під час прийняття рішень та для розробки експертних систем в галузі туризму.

Ключові слова: *клuster, кластерний аналіз, метод деревовидної ієрархічної кластеризації, дендрограма, експертна система.*

Одним з перспективних напрямків соціально-економічної політики в Україні є розвиток туристичної галузі, яка відіграє важливу роль у вирішенні соціальних і економічних проблем держави, зокрема сприяє підвищенню рівня освіти та медичного обслуговування населення, впровадженню нових засобів поширення інформації, розвитку культурного потенціалу. Наявна система закладів вітчизняного оздоровлення та туризму повинна забезпечити повноцінний відпочинок та оздоровлення громадян, а також сприяти створенню нових робочих місць та наповненню державного і місцевих бюджетів.

В цих умовах виникає необхідність комплексного аналізу та оцінки потенціалу туристичних та курортних ресурсів України, а також постає потреба у виявленні основних тенденцій стратегії та особливостей діяльності об'єктів, що працюють в туристичній галузі. Це дозволить оптимізувати стратегію діяльності туристичних об'єктів, забезпечити подальший розвиток національного туристичного продукту і вихід його на міжнародні ринки.

Оцінкою потенціалу та особливостей діяльності об'єктів, що працюють в туристичній галузі, займається ряд науковців. Найбільш повно проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів розглядаються у працях Борущака М. Автор визначає поняття «туристичний регіон», пропонує класифікацію туристичних регіонів та методичні підходи до формування та реалізації стратегії їх розвитку [1]. Однак, не зважаючи на численні дослідження та актуальність, проблема оцінки потенціалу туристичних та курортних ресурсів України залишається невирішеною. Виникає потреба у виявленні регіонів із слабко розвиненою інфраструктурою та рівнем розвитку туристичного продукту, що дозволить оптимізувати стратегію діяльності туристичних об'єктів, а також удосконалити організаційно-економічні механізми управління курортами України в цілому.

Для дослідження особливостей діяльності туристичних об'єктів та їх територіальної диференціації нами проаналізовано статистичні дані державної служби статистики України у 2010–2011 pp. [5]. Аналіз проведених статистичних досліджень свідчить, що діяльність туристичних об'єктів окремих регіонів має свої особливості, що обумовлено кліматичними умовами та розташуванням регіону, чисельністю населення, рівнем розвитку економіки, екологічним станом територій тощо.

Для дослідження статистичних даних ми використовували клasterний аналіз, зокрема метод деревовидної ієрархічної кластеризації [4, С. 249–267]. Даний метод використовується багатьма науковцями в економічних дослідженнях. Зокрема, для групування адміністративно-територіальних одиниць України за рівнем соціально-економічного розвитку його використовують Жерлічин Д. М., Жерліцина Д. М. [3, С. 16–26].

Як відомо, кластерний аналіз призначений для розбиття множини об'єктів на задане або невідоме число кластерів (груп) на основі деякого математичного критерію класифікації. При цьому всередині груп об'єкти повинні бути тісно пов'язані між собою; об'єкти різних груп повинні бути далекими один від одного; за інших рівних умов розподіл об'єктів по групах повинен бути рівномірним. Особливе місце серед алгоритмів кластерного аналізу займають ієрархічні агломеративні методи, під час використання яких на першому кроці кожний об'єкт приймається за окремий кластер, а віддалі між цими об'єктами визначається вибраною мірою. На кожному наступному кроці кластери об'єднуються за певним критерієм згідно вибраної міри близькості між кластерами.

Розглянемо можливість застосування методу деревовидної ієрархічної кластеризації в рамках групування регіонів на базі основних показників діяльності туристичних об'єктів. Для аналізу оберемо статистичні дані державної служби статистики України щодо основних показників діяльності санаторно-курортних та оздоровчих закладів у 2010–2011 pp., де для кожного з регіонів України подано такі статистичні дані:

- кількість оздоровлених осіб, всього;
- кількість осіб, оздоровлених у розрахунку на 1000 осіб постійного населення регіону, в якому знаходиться заклад;
- кількість ліжко-місць.

Оскільки в нашему випадку немає інформації про те, який з показників більш важливий для класифікації, на першому кроці в якості міри близькості кластерів ми використовували евклідову віддалі, а під час об'єднання кластерів — популярний метод Уорда (Ward's metod), оскільки він дозволяє отримати компактні та добре розділені кластери.

Для реалізації обраного методу ми використовували засоби ППП Statistica 6.0. [2, С. 5–43] та отримали наочну дендрограму (рис. 1).

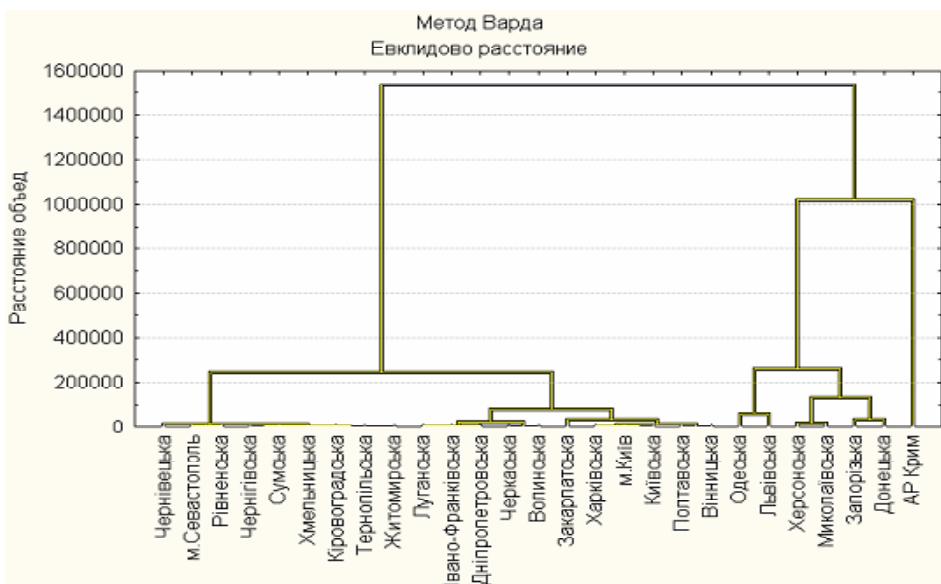


Рис. 1. Дендрограмма для 27 набл.

З рис. 1. видно, що у результаті кластеризації регіонів України за показниками діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів, можна сформувати 2, 3 або 5 великих кластерів. Зокрема, найбільш із визначених 5 кластерів включають наступні адміністративно-територіальні одиниці:

- кластер 1 — АР Крим;

-
- кластер 2 — Одеська та Львівська області;
 - кластер 3 — Херсонська, Миколаївська, Запорізька, Донецька області;
 - кластер 4 — Чернівецька, Рівенська, Чернігівська, Сумська, Хмельницька, Кіровоградська, Тернопільська, Житомирська, Луганська області, м. Севастополь;
 - кластер 5 — Івано-Франківська, Дніпропетровська, Черкаська, Волинська, Закарпатська, Херсонська, Київська, Полтавська, Вінницька області, м. Київ.

Проаналізуємо сформовані кластери. До 1-го кластера входить лише одна адміністративно-територіальна одиниця — АР Крим, що характеризується розвиненою інфраструктурою та високими показниками діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів. До 2-го та 3-го кластерів входять регіони з достатньо добрими показниками. Це — Одеська та Львівська області (2-й кластер), а також Херсонська, Миколаївська, Запорізька, Донецька області (3-й кластер).

До 4-го та 5-го кластерів увійшли адміністративно-територіальні одиниці з низькими показниками. Це — Чернівецька, Рівенська, Чернігівська, Сумська, Хмельницька, Кіровоградська, Тернопільська, Житомирська, Луганська області та м. Севастополь (4-й кластер), а також Івано-Франківська, Дніпропетровська, Черкаська, Волинська, Закарпатська, Херсонська, Київська, Полтавська, Вінницька області та м. Київ (5-й кластер).

Аналіз сформованих кластерів дозволяє зробити такі висновки: незважаючи на те, що Україна має найбільшій найрізноманітніші в Центральній Європі запаси ресурсів для розвитку санаторно-курортного лікування, лише АР Крим характеризується розвиненою інфраструктурою та високими показниками діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Доволі добре розвиненою можна вважати інфраструктуру та показники закладів Одеської, Львівської, Херсонської, Миколаївської, Запорізької та Донецької областей. Водночас, більшості регіонів України, незважаючи на значні запаси природних та кліматичних ресурсів, притаманна недостатньо розвинена інфраструктура та низькі показники діяльності санаторно-курортних і оздоровчих закладів. Ці регіони потребують значних капіталовкладень для здійснення реконструкції діючих курортів, оновлення їх матеріально-технічної бази та створення інноваційного курортно-лікувального продукту для його просування як на вітчизняному, так і на міжнародному туристичному ринку.

Структурна диференціація регіонів за рівнем розвитку лікувально-оздоровчого туризму дозволяє виявити слабкі ділянки організаційно-економічного механізму управління курортами України та обрати дієві напрямки стратегії розвитку туристичних об'єктів. Запропоновані в даній статті методи можуть бути використані в подальших дослідженнях для поглибленого аналізу діяльності туристичних об'єктів та оцінки туристичної привабливості регіону, а також під час прийняття рішень і розробки експертних систем в галузі туризму.

Література

1. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів [Текст] : монографія / М. Борущак; Ін-т регіональних дослідж. НАН України. — Львів, 2006. — 288 с.
2. Буреева Н. Н. Многомерный статистический анализ с использованием ППП «STATISTICA» [Текст] : учеб.-метод. материал по программе повышения квалификации «Применение программных средств в научных исследованиях и преподавании математики и механики» / Н. Н. Буреева. — Нижний Новгород, 2007. — 112 с.
3. Жерліцин Д. М. Групування регіонів у прийнятті рішень в управленні бюджетними ресурсами територій / Д. М. Жерліцин, Д. М. Жерліцина // Нове в економічній кібернетиці [Текст] : зб. наук. ст. — Донецьк : Донецьк. нац. ун-т, 2010. — Вып. 3. — С. 16–26. — (Моделювання регіональних економічних систем).

4. Прикладная статистика: классификация и снижение размерности [Текст] / С. А. Айвазян, В. М. Бухштабер, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин. — М. : Фин. и статистика, 1989. — 607 с.
5. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в Україні : стат. бюл. — К., 2011 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL:http://govuadocs.com.ua/tw_files2/urls_2/627/d-626892/7z-docs/1.pdf](http://govuadocs.com.ua/tw_files2/urls_2/627/d-626892/7z-docs/1.pdf).

Крап Н. П., Ладык С. Р.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ УКРАИНЫ

В статье рассматривается возможность использования метода древовидной иерархической кластеризации для анализа деятельности санаторно-курортных и оздоровительных заведений Украины. В результате использования данного метода сформировано 5 больших кластеров, что позволяет выделить группы регионов с разным уровнем развития лечебно-оздоровительного туризма. Полученные результаты могут быть использованы для анализа деятельности туристических объектов и оценки туристической привлекательности региона, а также во время принятия решений и для разработки экспертных систем в отрасли туризма.

Ключевые слова: кластер, кластерный анализ, метод древовидной иерархической кластеризации, дендрограмма, экспертная система.

Krap N. P., Ladyk S. R.

THE USE OF CLUSTER ANALYSIS IS FOR RESEARCH OF ACTIVITY OF TOURIST OBJECTS OF UKRAINE

In the article possibility of the use of method of treelike hierarchical clusterization is examined for the analysis of activity of sanatorium-resort and health establishments of Ukraine. As a result of the use of this method 5 large clusters are formed, that allows to distinguish the groups of regions with the different level of development of curatively-health tourism. The results can be used for the analysis of activity of tourist objects and estimation of tourist attractiveness of region, and also during making decision and for development of consulting models in industry of tourism.

Keywords: cluster, cluster analysis, method of treelike hierarchical clusterization, tree diagram, consulting model.

УДК 338.487(477)

Масюк Ю. О.

ФОРМУВАННЯ ДИФЕРЕНЦІЙОВАНИХ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЙНИХ РІШЕНЬ У СТРАТЕГІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Розглянуто проблеми стратегічного управління у туристичній сфері, методи їх вирішення в умовах посткризового періоду. Наголошено на важливості виділення оптимальних рішень при диференціації та диверсифікації роботи підприємств. Виділено та охарактеризовано джерела формування конкурентних стратегічних рішень у даній сфері.

Ключові слова: стратегічні рішення, диверсифікація, диференціація, прибуток, бізнес, туристичні фірми, туристичний продукт, франчайзинг.

Кризові та посткризові часи вимагають у менеджерів прийняття непростих, деяко-ли непопулярних серед працівників зокрема та компаній загалом стратегічних рішень. Керівники туристичних фірм оптимізують свій бізнес, виділяючи найбільш прибуткові сфери туризму та визначаючи нові шляхи зростання прибутків. У даній статті було зроблено спробу розглянути і виділити декілька способів збільшення прибутку під-приємств туристичної галузі.

Насиченість сучасного туристичного ринку різноманітними туристичними про-дуктами і туристичними пропозиціями, що здатні задовольнити різні категорії населен-ня, приводить до того, що конкурентні переваги компанії-туроператора поступово втрачають актуальність і перестають бути такими, що забезпечують додатковий при-буток. Розробляти велику кількість турпродуктів та постійно працювати над їх збутом на сьогодні не вправдовує тих засобів, які витрачаються на дані процеси.

Дослідженням напрямів підвищення ефективності діяльності туристичних під-приємств присвячені праці багатьох вчених. Серед них варто виділити українських науковців Мальську М. П. [5, с. 180–200], Дядечко Л. П. [3, с. 48–55], Киляка В. Ф. [4, с. 167–173], російських вчених Мойсеєву Н. К., Баумгартена Л. В. [1, с. 252–261], Фатхудінова Р. А. та багатьох інших. У дослідженнях цих вчених розглядаються загаль-ні закономірності розвитку підприємств туристичної галузі у світі загалом та у окремих країнах зокрема. Проте, практично відсутні відомості про інструменти розвитку туристичної галузі та практичні рекомендації щодо їх впровадження на рівні окремих підприємств, які володіють достатніми маркетинговими, фінансовими, технологічними ресурсами та кваліфікованими людськими ресурсами.

Формування цілей статті:

- визначення туристичною фірмою свого місця на ринку, диференціація, диверси-фікація турпродуктів та обрання оптимальних стратегічних рішень з точки зору інновацій;
- постановка та формулювання стратегічних і тактичних інноваційних рішень туристичними фірмами в умовах конкуренції.

Туристична індустрія сьогодні є галуззю зі зростаючим рівнем конкуренції. Не дивлячись на важке становлення ринкових відносин та кризові явища в економіці країни, протягом останніх років відкрилось немало туристичних фірм у різних областях України. Нові підприємства створюються, але через деякий час частина з них не витримує конку-ренції та згортає свою діяльність, виходячи з бізнесу. Основними завданнями суб'єктів туристичного бізнесу стають створення конкурентних переваг і підвищення конку-ренції та зберігання стабільної клієнтської бази, пошук та створення нових шляхів розвитку, постійне оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку туристичних послуг, що розвивається. Проте, в умовах економічної нестабільності,

відсутності інвестиційних коштів та відсутності підприємницького досвіду, диференціація та диверсифікація, як варіанти організації бізнесу, представляються одними з найбільш перспективних для розвитку туристичної індустрії.

Стратегія диференціації ґрунтуються на виробництві широкої номенклатури товарів одного функціонального призначення і дозволяє фірмі обслуговувати більшу кількість споживачів з різними потребами. Ціллю стратегії диференціації є отримання конкурентної переваги на основі створення товарів чи послуг, що сприймаються споживачами як унікальні. Диференціації також можна досягти на основі інновацій, технологічних знань, покращеного післяпродажного обслуговування та ін.

Диференціація дає можливість отримати наступні переваги [7, с. 314–315]:

- потенційні учасники ринку повинні розробляти унікальні товари або послуги для того, щоб конкурувати;
- у підприємств із диференційованим продуктом спостерігається велика лояльність до бренду компанії;
- загроза зі сторони конкурентів полягає у їх здатності виробляти товари чи послуги, що здатні замінити вже існуючі на ринку товари чи послуги.

У диференціації продукції також є свої недоліки:

- підприємство повинно підтримувати у споживачів відчуття унікальності своїх товарів або послуг;
- підприємство повинно продовжувати займатися новаторською діяльністю, щоб у майбутньому його не обігнали конкуренти;
- унікальність може втратити своє значення як чинник внаслідок зміни смаків та запитів споживача;
- підприємство завжди повинне бути у курсі нових маркетингових можливостей для використання своєї унікальності.

Пропозиція продукту туристичної фірми (або турпродукту) вважається диференційованою, якщо він відрізняється від конкурючих турпродуктів за такими показниками [6, с. 106–124]:

- якість обслуговування;
- зручність придання турпродукту і приїзду до пункту призначення;
- імідж туристичної компанії.

На сьогодні на українському туристичному ринку працюють декілька різновидів компаній, які, враховуючи сучасні умови розвитку, дозволяють компаніям збільшувати свої прибутки, використовуючи диференціацію як інструмент розширення бізнесу.

Перший різновид таких компаній — це франчайзингові мережі. Для того, щоб мережа була успішною, необхідно, щоб близько 90 % турів, що продаються, були власною розробкою; однак і у даному випадку прибутки будуть низькими 2–3 % [8, с. 10–11]. Франчайзингові мережі працюють за принципом великої торговельної мережі — продають абсолютно весь світовий туристичний продукт, однак без врахування побажань клієнта та додаткових послуг, тобто стандартний продукт, орієнтований на масового споживача. Франчайзинг починає утверджуватись на ринку туристичних послуг, а приклади його вдалого впровадження підтверджуються вже сьогодні. Для прикладу, агенція «Галопом по Європам», яка налічує 60 франчайзингових об'єктів в Україні, стала першою українською франчайзинговою мережею, що взяла за основу бізнесу виробництво і реалізацію брендової продукції, ввела чіткі стандарти обслуговування, впровадила нові технології продажу і контролю якості. Найбільш розвинені франчайзингові мережі в Україні — це «TUI Турагенція», «TurTez», «TezTour», «Join Up!», «Трайдент-Хіт», «Агенція горячих путівок», «На Канікули», «Феерія мандрів», «Роза ветров»,

«VKO CLUB», «Blue Sky», «Eurolux», «Поїхали з нами», «Мастер Отдыха», «Царское путешествие», «Мир Без Границ», «КРАС-ТУР» та ін.

Умови вступу до такої мережі, зазвичай є дуже простими, витрати не потребують значних сум (табл. 1.), а підтримка агентів-партнерів в полягає у наступному:

- надання прямих логінів та паролів до он-лайн бронювання туроператорів;
- підвищена комісія ведучих туроператорів (внутрішня бонусна програма для агентів мережі);
- повна підтримка і допомога у роботі, консультування з будь-яких питань (в тому числі й юридичних);
- спільні мережеві акції разом із великим українськими брендами.

Таблиця 1

Витрати під час відкриття туристичної агенції за франчайзингом*

Стаття витрат	Сума, \$ тис.
Вступний внесок	5
Комплект меблів для офісу (2 робочих місця)	2,5
Оргтехніка	2,5
Резервний капітал (з/п менеджерам)	1,5
Разом	11,5

* складено за даними туроператорів ринку та на основі джерела 2.

Другий різновид таких підприємств — це туристичні компанії VIP-класу, що орієнтується на індивідуальну роботу із кожним клієнтом під його запити та побажання. Незважаючи на те, що за високу якість виробничих процесів та високий рівень обслуговування підприємства даного сегменту можуть отримувати і отримують на практиці достатньо високі прибутки, даний сегмент турагенцій не може досягти того обсягу продаж, якого досягали ті ж франчайзингові мережі у докризовий період (2007–2008 рр.). Приклад таких туристичних компаній — «Колізей», «Абаж-Тур», «Експрес-вояж».

Третій різновид туристичних фірм — це добре організоване професійна туристична агенція, яка працює на ринку більше п'яти років, із постійною клієнтурою, напрацьованою базою даних постачальників послуг та висококваліфікованими кадрами. На ринку такі компанії виступають тревел-консультантами та є основною рушійною силою туристичної галузі, використовуючи новітні розробки з IT-сфери та інноваційні рішення.

Для збільшення доходів підприємства туристичної сфери пропонують своїм індивідуальним та корпоративним клієнтам IT-додатки, за допомогою яких пропонується забронювати турпакет, обрати горячий тур, переглянути актуальні туристичні пропозиції за тиждень. Даній тенденції сприяли поява та масова популяризація таких загальнодоступних для пересічного споживача систем бронювання, як Booking і Tripadvisor, якими на сьогодні користуються мільйони туристів у всьому світі. Тому навіть на невеликих локальних ринках великі туристичні компанії, які мають достатньо фінансових ресурсів, використовують індивідуальні IT-програми для більш контролюваного залучення своїх туристів до формування постійного попиту на свої турпродукти. Схема співпраці турфірми та IT-компанії полягає у наступному: турпідприємство укладає договір із IT-компанією на розробку та впровадження спеціалізованої програми (наприклад, програми з бронювання авіаперельотів, готелів, екскурсій, прокату автомобіля тощо). Розроблений IT-продукт може містити або принципово нове рішення, яке пропонуватиме вище-згадані послуги, або об'єднання у єдиний інтерфейс кількох найбільш популярних у світі систем бронювання. Така об'єднана система дає можливість вибору кращої цінової пропозиції відразу за кількома постачальниками, що є ідеальним пошуком

найбільш вигідного варіанту для потенційного клієнта. Дані системи збільшують прибуток туристичних фірм, відкриваючи для них нове джерело доходу, а також економлять час та засоби для кінцевого споживача. У даному випадку прибуток компанії йде за рахунок потоку туристів та залучення нових клієнтів до роботи із системою.

Однак не для усіх туристичних компаній є доцільними використання у своїй роботі навіть найбільш досконалих та унікальних систем бронювання. Система он-лайн бронювання для VIP-туристів апріорі не підходить, оскільки VIP-клієнт вимагає підвищеної уваги в обслуговуванні. У нього немає часу для аналізування тієї великої кількості інформації, яку подає он-лайн система, та для вивчення відгуків на спеціалізованих Інтернет-сайтах.

Також необхідно взяти до уваги, що он-лайн бронювання не передбачає для клієнтів додаткових бонусів, як у випадку із VIP-обслуговуванням. Окрім того, вартість проживання у готелях завдяки прямим контактам між турфірмою та готелями у багатьох випадках є нижчою, ніж у міжнародних системах бронювання, на зразок Booking [8, с. 10–11].

Конференц-сервіс є додатковою статтею доходів у діяльності туристичної фірми. Суть такого обслуговування полягає в організації різноманітних конференцій, семінарів, тренінгів як в Україні, так і за її межами. Даний вид обслуговування розрахований на корпоративних клієнтів. Проте, за останні десять років представники туристичного ринку почали активно конкурувати із компаніями, що спеціалізуються виключно на конференц-сервісі, зокрема та івент-менеджменті загалом. Особливо це чітко простежується на місцевих ринках у розрізі областей України.

Для більшості туристичних фірм такий бізнес є лише одним із багатьох напрямків орієнтації своєї діяльності. Туристичні компанії часто співпрацюють із компаніями з метою організації конференц-сервісу за межами України, оскільки саме турфірми мають у своєму розпорядженні контакти із закордонними готелями та туроператорами, а значить, володіють більшою пропозицією послуг. У той же час компанії, які займаються івент-менеджментом, зазвичай, виграють у конкурентній боротьбі з туристичними фірмами. Співробітництво із компаніями, що спеціалізуються на організації різноманітних заходів та підтримка чесних і прозорих умов співпраці у результаті можуть забезпечити туристичній фірмі нового корпоративного клієнта.

Крім диференціації своїх турпродуктів, туристична компанія може також диференціювати послуги, супроводжуючи їх надання. Деякі туристичні фірми досягнули конкурентної переваги за рахунок надання додаткових послуг. Чимало туристичних компаній диференціюють свої пропозиції, надаючи послуги з навчання клієнтів тому чи іншому виду активного відпочинку (плаванню з аквалангом, катанню на дельтаплані, ходінню під вітрилом і т. п.).

Одним із засобів підвищення ефективності підприємств є диверсифікація. Суть диверсифікаційної діяльності полягає у розподілі зусиль та капіталовкладень між різними видами діяльності, безпосередньо не пов'язаними один із одним. У результаті непередбачуваних подій один вид діяльності буде збитковий, тоді як інший приноситиме прибуток. Під диверсифікацією у широкому змісті розуміють розширення сфери діяльності будь-якої організації, незважаючи на те, до якої сфери економіки вона належить і в якому напрямку працює. Розрізняють концентровану та горизонтальну диверсифікацію. Концентрована диверсифікація — це поповнення асортименту виробами, схожими на товари, що вже випускає підприємство. Горизонтальна диверсифікація — це поповнення асортименту виробами, не схожими на товари підприємства, однак цікавими для споживачів [5, с. 180–200].

Потреба свідомого формування логічної диверсифікації підприємницької діяльності задля зниження ступеня ризику ставить проблему вибору такого варіанту, набору варіантів або їх поєднання, який гарантував би підприємству економічну ефективність передбачуваних інновацій. Вибір напрямів і видів диверсифікації ставить перед суб'єктами господарської діяльності проблему досягнення сукупності суперечливих цілей: максимізація норми прибутку, мінімізація ризиків, максимізація ефектів, мінімізація видатків.

Для того, щоб краще зрозуміти стратегічні проблеми, з якими зустрічаються керівники під час створення диверсифікованого бізнесу та його управлінні, необхідно розглянути види стратегії диверсифікації [5, с. 180–200]:

- стратегія проникнення у нові галузі — придбання, створення нової компанії і спільне підприємство. Це може бути купівля готельного закладу та об'єднання його у єдину структуру із вже існуючою туристичною фірмою;
- стратегія пов'язаної диверсифікації — входження у бізнеси, що мають певну стратегічну відповідність, тобто коли різні бізнеси мають достатньо пов'язані виробничі цикли, з чого випливають важливі можливості для перенесення кваліфікації і досвіду з одного бізнесу в інший та суміщення пов'язаних підрозділів окремих бізнесів з метою зниження видатків. Наприклад, туристична фірма і агенція з продажу авіа- та автобусних квитків;
- стратегія непов'язаної диверсифікації — інвестиції компанії розподілені між бізнесами різних галузей, що робить компанію менш залежною від одного бізнесу;
- інші стратегії (стратегія згортання і ліквідації, стратегія перебудови компанії, скорочення і реструктуризації).

Одним із додаткових способів забезпечити додатковий прибуток фірмі та розширити перелік своїх послуг є включення консультивативних послуг у галузі, продаж нерухомості, зокрема, продаж нерухомості за кордоном. У такому випадку туристичні компанії не тільки є помічниками клієнтів у процесі пошуку квартир чи будинків, а й займаються оформленням усіх необхідних документів, здійснюючи свою діяльність за посередництвом ріелторів. Зокрема, у обов'язки туристичної фірми входять оформлення війських документів, організація поїздок для оглядин нерухомості. Найбільш популярними напрямками з продажу нерухомості є Греція, Іспанія, Італія, Кіпр, Мальта, США, а також деякі екзотичні країни, зокрема Таїланд і Домініканська Республіка. Даній організації діяльності базується на стратегії непов'язаної диверсифікації.

Певною диверсифікаційною інновацією стала можливість замовляти у туристичних фірмах товари для дому та офісу під замовлення — виготовлення візитних карток, блокнотів, ручок, посуду із корпоративними символами. Якщо туристична компанія зайніялась таким додатковим бізнесом, то, зазвичай, аутсорсинг таких робіт вона замовляє у підприємств, що займаються виробництвом сувенірних товарів, фотостудій та дизайн-агенцій, заробляючи на посередницькій діяльності 3–4 % від суми замовлення. Ті туристичні фірми, які мають велику клієнтську базу, часто паралельно займаються мережевим маркетингом, продаючи та рекламиуючи широкий асортимент товарів (косметику, товари для дому тощо).

Перспективи подальших досліджень. Результати представлених досліджень можуть бути використані у:

- постановці тактичних інноваційних завдань туристичного маркетингу, оцінки поточної ринкової ситуації;
- виявленні та постановці цілей туристичного підприємства для обрання правильних стратегічних рішень фірми;

— виявленні нових методів просування і продажу турпродукту на ринку; нових каналів збути з огляду на науково-технічний прогрес;

— створенні та вдосконаленні комунікаційних зв'язків внутрішнього і зовнішнього середовища підприємств туристичної галузі (між менеджерам однієї та різних ланок, між менеджерами і постачальниками, між менеджерами і конкурентами).

Сильну ринкову позицію не можна завоювати порожніми обіцянками. Якщо туристична фірма позиціонує свій турпродукт за допомогою пропозиції вищої якості або більшого обсягу послуг, вона повинна надати обіцяну якість та весь пакет послуги. Таким чином, позиціонування розпочинається із диференціації маркетингової пропозиції туристичної фірми з тим, щоб воно передбачало більшу цінність для споживачів, ніж пропозиції конкурентів. При цьому важливою є не лише відмінність від конкурентів, успішною може бути тільки пропозиція, яка акцентує увагу саме на тих ознаках, які прагне побачити у туристичному продукті споживач.

Вибір оптимального виду диверсифікації підприємницької діяльності має багаторівневий характер. Економічними вигодами диверсифікації є: розширення сфери діяльності; залучення в обіг вільних коштів; підвищення загальної стійкості організації; набуття нових знань, навичок, умінь, універсальної кваліфікації; наповнення ринку новими турпродуктами та спеціалізованими додатковими послугами.

Література

1. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме [Текст] : учеб. пособ. / Л. В. Баумгартен. — М. : Издательский центр «Академия», 2007. — 352. — ISBN 978-5-7695-3388-4.
2. Вишнева Н. Завтра туризма [Текст] : журнал «Статус. Экономические известия» / Н. Вишнева. — Кіїв : Редакция журнала «Статус. Экономические известия». — 2012. — № 16–17 (238–239). — С. 20–28.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Дядечко Л. П. — К. : Центр учебової літератури. — 2007. — 224 с. — ISBN 966-364-389-7.
4. Кифяк В. Ф. Організація туризму [Текст] : навч. посіб. / Кифяк В. Ф. — Чернівці : Книги ХХІ, 2007. — 344 с. — ISBN 978-966-2147-08-7.
5. Мальська М. П. Основи туристичного бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. — Кіїв : Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с. — ISBN 966-8253-99-X.
6. Мунін Г. Б. Маркетинг туризму [Текст] : навч. посіб. у 2 ч. — Ч. II / Мунін Г. Б., Тимошенко З. І., Самарцев Є. В., Змійов А. О.; за ред. І. І. Тимошенка. — К. : Вид-во Європ. ун-ту. — 2006. — 427 с. — ISBN 966-301-084-3.
7. Сазерленд Дж. Стратегический менеджмент: Ключевые понятия [Текст] / Сазерленд Дж., Кэнуэлл Д.; пер. з англ., під ред. Е. Е. Козлова. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. — 440 с. — ISBN 966-8644-49-2.
8. Федоренко Е. Золотая жила: над чем нынче зарабатывают в туризме [Текст] : Українська Туристическая Газета / Елена Федоренко; редкол. : Я. Слабінська та ін. — Кіїв : ООО «Редакция газеты «Українська Туристическая Газета». — 2012. — № 10 (89). — С. 10–11.

Масюк Ю. О.

ФОРМИРОВАНИЕ ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫХ И ДИВЕРСИФИКАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Рассмотрены проблемы стратегического управления в туристической сфере, методы их решения в условиях посткризового периода. Отмечено важность выделения оптимальных решений при дифференциации и диверсификации работы предприятий. Выделены и охарактеризованы источники формирования конкурентных стратегических решений в данной сфере.

Ключевые слова: стратегические решения, диверсификация, дифференциация, прибыль, бизнес, туристические фирмы, туристический продукт, франчайзинг.

Masyuk Yu. O.

FORMING DIFFERENTIATED AND DIVERSIFIED OF DECISIONS IN STRATEGIC ACTIVITY OF ENTERPRISES OF TOURIST INDUSTRY

The problems of strategic management are considered in a tourist sphere, methods of their decision in the conditions of post-crisis period. Importance of selection of optimum decisions is marked during differentiation and diversification of work of enterprises. Selected and described sources of forming of competition strategic decisions in this sphere.

Keywords: strategic decisions, diversification, differentiation, income, business, tourist firms, touristic product, franchising.

УДК 630:338.33

Дідович І. І., Вайданич Т. В.

ПІДХОДИ ДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛІСОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В НАПРЯМКУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА ОСНОВІ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ

В статті обґрунтовується доцільність диверсифікації лісогосподарських підприємств України. В умовах дефіциту лісосировинних ресурсів підприємствам лісової галузі доцільно диверсифікувати господарську діяльність у сфері надання послуг, яка дозволить задовільнити існуючий попит та отримувати додатковий прибуток.

Ключові слова: диверсифікація діяльності, туризм, стратегічні альтернативи, експорт товарів та послуг.

В умовах дефіцитності лісових ресурсів України, переважно сировинної направленості експорту лісової продукції, диверсифікація експортої та внутрішньої діяльності державних лісогосподарських підприємств в напрямку переорієнтації на надання послуг, у тому числі туристичних, набуває пріоритетного значення.

Вагомий внесок у вивчення теоретичних підходів до визначення концепції диверсифікації підприємств зробили праці Ансоффа І., Корінько М. Д., Кунца Р., Орлова П. А., Паскье М., Попова С. М., Томпсона А. А., Стріклена А. Дж., Мільнера Б. З., Г. І. Немченко та ін. Проте, не зважаючи на глибокі дослідження проблем диверсифікації, вони не відображають повністю специфічних особливостей і проблем лісової галузі у сфері інтенсифікації надання послуг у сфері туризму.

Метою дослідження є розробка та обґрунтування стратегії диверсифікації експортої активності лісогосподарських підприємств України в напрямку інтенсифікації організації надання послуг, включаючи екологічні, рекреаційні, мисливські, пізнавальні та інші на основі вивчення світового досвіду.

Вибір товарної стратегії щодо управління лісовими експортними товарами і послугами може стосуватись як наявних експортних товарів (лісоматеріали оброблені та необроблені), так і нових товарів (надання послуг, туризм мисливський, екологічний, відпочинкові тури). Стратегія диверсифікації, що є варіантом інноваційної стратегії для державних лісогосподарських підприємств, пов'язана зі створенням і появою нових товарів та послуг на ринку, які можуть конкурувати з існуючими товарами та послугами і бути навіть кращими за параметрами прибутковості та збереження лісових ресурсів в умовах переходу до сталого розвитку лісової галузі України.

Отже, виходячи з першочергості завдань та цілей лісогосподарських підприємств, згідно специфіки лісової галузі та вимог сталого розвитку, достатньо грунтовно можна опрацювати матрицю І. Ансоффа, для визначення стратегічних альтернатив лісових підприємств.

Стратегія глибокого проникнення на ринок, або експансія (оброблені та необроблені лісоматеріали на наявних ринках), передбачає збільшення обсягів експорту продукції з більшим ступенем обробки, ринкової частки та прибутків на наявних ринках завдяки встановленню конкурентних цін.

Стратегія розвитку ринку передбачає збільшення обсягу експорту завдяки самостійно на нові ринки, ринки крупних меблевих, деревообробних та будівельних підприємств, без посередників, з наявним товаром.

Стратегія розвитку товару передбачає збільшення обсягів експорту завдяки вдосконаленню наявних (глибока переробка продукції) і розробці нових товарів і послуг (екологічних, відпочинкових, пізнавальних, мисливських) для наявних ринків.

Товар	Ринок	
	Наявний	Новий
<i>Наявний:</i> техсировина, фансировина, баланси, пиловник (інші сировинні ресурси)	1. Стратегія глибокого проникнення на ринок: — збільшення обсягів збуту продукції на умовах стального розвитку; — підвищення ефективності експорту; — сертифікація лісу; — підготовка необхідної документації згідно вимог ЄС.	2. Стратегія розвитку ринку: <i>вихід на нові сегменти ринку із продукцією з більшим ступенем обробки: ринок промислових споживачів будівельної галузі, крупних підприємств деревообробної та меблевої промисловості, окрім виключно посередників, з якими на сьогодні співпрацюють лісові підприємства.</i>
<i>Новий:</i> мисливський, пізнатавальний, навчальний, екологічний туризм, облаштування стрілецьких тирів, відпочинкових місць	3. Стратегія розвитку товару: облаштування мисливських будиночків (відпочинкових комплексів) з метою продажу не лише мисливських «трофеїв», а «задоволення від відпочинку», пошуку нових видів екологічних послуг для задоволення потреб наявних ринків.	4. Стратегія диверсифікації: — іноземний мисливський туризм (продажа відпочинкових турів, а не тільки дозволів та ліцензій); — створення сайту із зазначенням послуг (на кількох мовах сплікування); — вивчення можливості виходу на експортний ринок із продукцією бджолярства та зборами лікарських трав.

Рис. 1. Модель управління товарним експортним асортиментом на основі матриці розвитку товару/ринку для державних лісогосподарських підприємств

Запропоновані три стратегії є стратегіями інтенсивного збуту лісопродукції на зовнішніх та внутрішніх ринках, які передбачають збільшення обсягів експорту, ринкової частки та прибутку шляхом інтенсифікації використання наявних лісових ресурсів.

Стратегію диверсифікації пропонується розглядати в напрямку розвитку системи взаємопов'язаних послуг для іноземних туристів, мисливців, спортсменів та інших зацікавлених осіб.

Причому, для державних лісогосподарських підприємств пропонується вертикальна диверсифікація, тобто пошук іноземних туристів-мисливців, розробка для них пакету пропозицій; пошук ринків та їх дослідження з метою виведення нових товарів на зовнішні ринки: продукції бджолярства, продажу лікарських рослин та ягд.

Експортуючи свою продукцію, державні підприємства укладають контракти переважно з країнами Європи. Тому вони у своїй діяльності суттєво залежать від кон'юнктури світових, і, зокрема, європейських ринків лісопродукції та будівництва.

Проте, згідно досліджень Європейської економічної комісії ООН Продовольчої і сільськогосподарської організації (FAO), споживання деревини на світовому ринку є нерегулярним, в основному, у зв'язку зі спадами-підйомами у будівельній галузі [1].

Комісією ООН рекомендовано стимулювати розвиток енергоощадних технологій на основі спалювання відходів в т.ч. деревинних. Це — невичерпне джерело отримання енергії, а отже, і стимулятор попиту на деревину і, крім всього, важливий інструмент розвитку лісової галузі України на засадах стального розвитку. Окрім стратегії ефективного використання відходів, на сьогодні важливою є альтернатива продажу деревинної продукції на експорт, розвиток послуг на базі існуючих лісових підприємств. Так, експерти лісового ринку зазначають, що ефективність іноземного мисливського туриз-

му при належній організації його в мисливських господарствах, може бути вища, ніж експортна діяльність із продажу деревини [2].

Показовим для України є приклад Словенії і Білорусі, які помітно поступаються нам за площею. Так, у Словенії мисливці за рік добувають 100 тисяч кабанів, причому на 2 млн. га., у Білорусі — 30 тисяч кабанів на 16 млн. га угідь (табл. 1).

Таблиця 1
Порівняльна характеристика продуктивності лісомисливських угідь

Показники	Білорусь	Словенія
Площа угідь, тис.га	16000	2000
Кількість впольованих кабанів, шт.	30000	100000
Продуктивність, трофей/1000 га	1,88	50,00

У Словенії, як і взагалі в Європі, лише 30 відсотків доходу дає вартість власне трофею, а 70 % — послуги, тобто «задоволення», за які мисливець платить додатково.

До Словенії та Білорусі приїжджають полювати туристи з Росії, Німеччини, країн Балтії, Іспанії, Італії, Франції, Польщі.

В системі Мінлігоспу Білорусі функціонує 78 лісомисливських господарств на загальній площині 3,4 млн.га. Всього в Білорусі діє 255 мисливських господарств.

Особливо популярне в іноземців полювання на дикого кабана, благородного оленя і лося. Мисливці зацікавлені отримали трофей: роги лося і козулі, ікла кабана.

На рис. 2 зображена порівняльна характеристика надходжень у мисливські господарства Білорусі (на прикладі Барановичського лісомисливського господарства) від вітчизняних та іноземних мисливців.

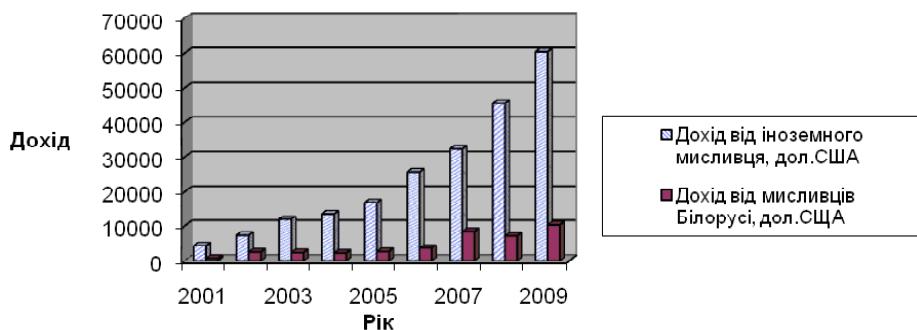


Рис. 2. Динаміка надходжень від мисливського туризму
в Барановичському лісомисливському господарстві

У 2009 році надходження від іноземних мисливців перевишили 60 тис. дол.США і в 6 разів перевишили доходи від білоруських, що свідчить про значну ефективність організації саме іноземного мисливства.

Поряд з мисливським туризмом, мисливські господарства у Словенії та Білорусі активно розвивають й екологічний туризм. Для залучення іноземних туристів в лісогосподах створюються місця відпочинку з мисливськими будиночками. Зарубіжні гости можуть провести тут відпустку, знайомлячись з історичними пам'ятками країни та займаючись улюбленою справою — полюванням або рибалкою. Створюються мисливські комплекси, які включають в себе мисливський будиночок, стрілецькі тири, впорядковану інфраструктуру. На їх базі можна організувати екскурсійні тури: в літній і осінній час — катання на моторних човнах і катерах, кінні прогулянки, екологічні стежки і спостереження за дикими тваринами у вольєрах і природних умовах, а в зимовий — санні маршрути, фотополювання, екскурсії.

У загальному обсязі доходів від ведення мисливського господарства доходи від експлуатації будинків мисливця складають 20,7 %.

Як бачимо, економічно обґрунтовані витрати дозволяють лісгоспам Білорусі та Словенії отримувати високі прибутки від ведення лісомисливського господарства.

Отже, доцільно переорієнтовувати діяльність лісгоспів з експорту лісових ресурсів на послуги, в тому числі послуги мисливського господарства на туристів-мисливців з інших країн і збільшувати поголів'я тварин для організації полювання.

Вартість путівки повинна формуватись на основі наступних розрахунків (рис. 3).

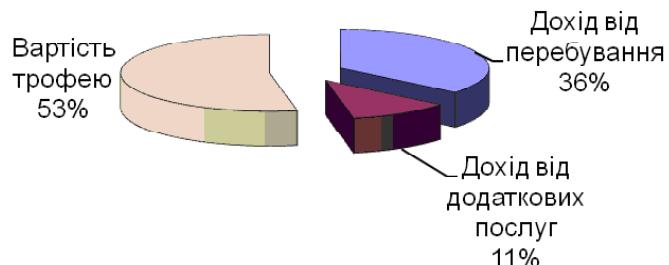


Рис. 3. Структура доходів від ведення мисливського господарства
(на основі білоруського досвіду)

В даній структурі доходів вартість трофею включає і витрати туриста-мисливця на придбання ліцензії.

У Європі використовують більш ринковий підхід, адже послуги з організації полювання там достатньо вартісні (рис. 4).

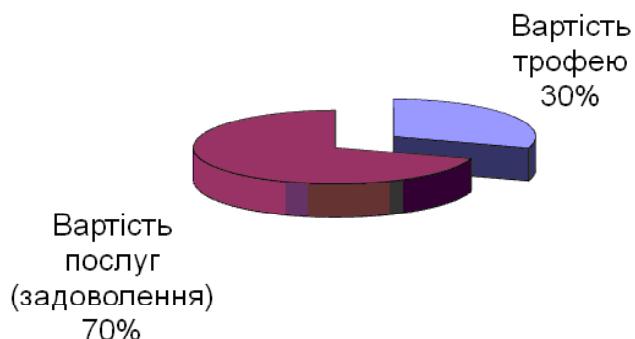


Рис. 4. Структура доходів від ведення мисливського туризму
(на основі європейського досвіду)

Таким чином, орієнтуючись на маркетинговий досвід, зокрема, білоруських колег, необхідно разом із ліцензією та трофеєм, продавати «задоволення від відпочинку», «наслоду від чистого повітря» і дикої природи.

Оскільки мисливські будиночки в багатьох лісгоспах експлуатуються (дім лісника), необхідно, як мінімум, на їх базі провести певні сучасні ремонтні роботи для прийому туристів, які зможуть гідно оплатити послуги із мисливського туризму. Такі послуги, в основному, надаються восени та влітку, отже всі роботи з формування туристичної інфраструктури необхідно проводити у весняно-зимовий періоди.

Крім того, необхідно повністю розробити сайти лісгоспів. Доцільно також створити електронний каталог, де необхідно детально вказати, якими угіддями розпоряджається господарство, які тварини і птахи в ньому мешкають, на які види дозволено полювання, терміни полювання. Повинні бути розділи інформації про район, в якому розташоване господарство, позначені його історичні та культурні пам'ятки. Можна, за допомогою

зворотнього зв'язку на сайті, реалізовувати мисливські путівки через Інтернет. Такий каталог-довідник надасть в цьому неоціненну послугу.

Крім того, на базі існуючих господарств доцільно організувати стрілецькі тири, які дуже привабливі для туристів. Також на базі таких тирів можна організовувати тренування спортсменів і мисливців, проводити різні змагання. Це забезпечить мисливському господарству додатковий дохід.

Особливої уваги також заслуговує розширення сфери кінного туризму, який завойовує все більше прихильників. Цей вид активного туризму користується заслуженою популярністю у любителів кінних прогулінок природничого, етнічного, історичного, екстремального, паломницького, мисливського, рибальського, гірського напрямків. На нашу думку, доцільно запозичити досвід Польщі, де впродовж багатьох років гуцульська порода коней була предметом інтенсивного дослідження. Високий рівень селекційно-племінної роботи на кінних заводах з розведення гуцульської породи коней сприяв їх поліпшенню та популяризації. Характерно, що протягом останніх 50-ти років у Польських Карпатах організовано понад 50 господарств і агротуристичних осередків з добре розвиненим кінним туризмом. На сьогоднішній день в Україні проводиться цілий ряд заходів, спрямованих на відродження гуцульської породи коней — реалізується проект Міжнародної благодійної фундації «Хайфер Проджект інтернешнл» — «Відродження гуцульського конярства на Прикарпатті» [2].

Разом з тим, на даний час розмах лісової туристичної індустрії гальмується невеликою кількістю автокемпінгів і місць під наметові табори, необлаштованістю відпочинкової інфраструктури, що, у свою чергу, потребує додаткових інвестицій.

Отже, враховуючи позитивний досвід сусідніх країн, вітчизняним державним лісовим підприємствам доцільно більш інтенсивно впроваджувати мисливський, кінний та інші види туризму на практиці, що дозволить диверсифікувати діяльність та отримувати додатковий прибуток.

Стратегію диверсифікації запропоновано розглядати в напрямку розвитку системи взаємопов'язаних послуг як для іноземних так і внутрішніх туристів, мисливців, спортсменів та інших зацікавлених осіб. Причому, для державних лісогосподарських підприємств пропонується вертикальна диверсифікація, тобто пошук іноземних та внутрішніх туристів-мисливців, розробка для них широкого спектру основних та супутніх послуг. Особливої уваги також заслуговує розширення сфери кінного туризму. На нашу думку доцільно запозичити та впровадити досвід Польщі, де впродовж багатьох років гуцульська порода коней була предметом інтенсивного дослідження.

Література

1. Ежегодный обзор рынка лесных товаров. [Електронний ресурс] : Женевське дослідження по сектору лісового господарства и лісової промисловості. — № 27. — ООН, Женева, 2011. — Режим доступу : [www.URL:
http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/publications/FPAMR_2010-2011_HQ_Russian.pdf](http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/publications/FPAMR_2010-2011_HQ_Russian.pdf).
2. Україна. Довідка про сектор лісового господарства. Стан і можливості розвитку. [Електронний ресурс] : Доповідь європейській комісії. — 2006. — Режим доступу : [www.URL:
http://www.unece.org.siteresourcesWorldbank.org/INTUKRAINEINUKNIAN/.../Forest...](http://www.URL: http://www.unece.org.siteresourcesWorldbank.org/INTUKRAINEINUKNIAN/.../Forest...)
3. Бочан І. О. Стан та перспективи розвитку мисливського туризму у Львівській області. / Бочан І. О., Цимбалюк М. Ф., Шелепило А. В.; Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст]: зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2009. — № 4. — 250с. — ISBN 978-966-397-116-4.
4. Корінько М. Д. Диверсифікація: теоретичні та методологічні основи [Текст] : моногр. / М. Д. Корінько. — К. : вид-во ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2007. — 447 с.

5. Кунц Р. Стратегия диверсификации и успех предприятия [Текст] / Р. Кунц // Проблемы теории и практики управления : Международный журнал. — 1994. — № 1. — С. 96–100.
6. Паскье М. Диверсификация и эффективность [Текст] / М. Паскье // Проблемы теории и практики управления : Международный журнал. — 1994. — № 3. — С. 79–82.
7. Попова С. М. Принципи управління диверсифікацією діяльності підприємств [Текст] / С. М. Попова // Вчені записки : Наук. журнал Харківського інституту управління. — Вип. 11. — Харків, 2003. — С. 120–124.
8. Петранівський В. Розвиток кінного туризму на Прикарпатті [Електронний ресурс] : Інформаційний вісник «Франкова криниця». — 2011. — Режим доступу : <http://www.krynytsya.pp.ua/2011/12/blog-post.html>.

Дидовych I. I., Vaydanych T. V.

ПОДХОДЫ К ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЕСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАПРАВЛЕНИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ НА ОСНОВАНИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

В статье обосновывается целесообразность диверсификации лесохозяйственных предприятий Украины. В условиях дефицита лесосырьевых ресурсов предприятиям лесной отрасли целесообразно диверсифицировать хозяйственную деятельность в сфере предоставления услуг, которая позволит удовлетворить существующий спрос и получать дополнительную прибыль.

Ключевые слова: диверсификация деятельности, туризм, стратегические альтернативы, экспорт товаров и услуг.

Didovych I. I., Vaydanych T. V.

APPROACHES TO THE FOREST ENTERPRISES DIVERSIFICATION TOWARD THE TOURISM DEVELOPMENT BASED ON INTERNATIONAL EXPERIENCE

The advisability of Ukrainian forestry enterprises diversification was established in article. Advisable to diversify economic activities in the provision of services, which will satisfy the existing demand and receive more revenue is required under the conditions of lack of forest resources.

Key words: diversification of activity, hunting tourism, strategic alternatives, export of goods and services.

УДК 338.48-047.48

Семенова І. І.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ В НАУКОВІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Стаття присвячена проблемі визначення туризму в науковій літературі. У науковій розвідці розкрито проблему походження поняття «туризм», представліні підходи до визначення туризму, виокремлено універсальну типологію дефініції туризму.

Ключові слова: туризм, підходи до визначення туризму, технічне визначення поняття, концептуальне визначення поняття.

На сучасному етапі розвитку цивілізації туризм у всьому світі визнано глобальним багатофункціональним явищем. Дослідники феномену туризму вказують на його позитивний ефект, що виявляється у зростанні економічних показників країн, культурному збагаченні та зближенні націй, фізичному розвитку та підвищенні працевдатності людини. Тобто, туризм виконує соціально-економічну, культурно-виховну та рекреаційну функції.

Сучасний феномен туризму має глибокі історичні корні. Але світова туристська наука вважається досить молодою з огляду на те, що дослідження у сфері туризму розпочались не так давно. Одним із актуальних питань в сучасній науковій літературі залишається проблема формування дефініції туризму. Результатом роботи науковців-туризмологів є виведення декількох підходів до визначення поняття «туризм».

Проблемою визначення туризму займалися майже всі дослідники цього феноменального явища. Грунтовний аналіз різних підходів до визначення поняття представлений в наукових розвідках таких вчених, як І. В. Зорін, А. Дж. Беркарт (A. J. Burkart), Б. Бразертон (B. Brotherton), Н. Лейпер (N. Leiper), С. Медлік (S. Medlik). Першоджерела під авторством зазначених науковців склали основу для аналізу трактувань туризму з боку дослідників М. О. Жукової, М. О. Саранча, В. Н. Шарафтудінова, М. Чухадар (M. Çuhadar). Визначним дослідженням у сфері етимології туризму є проведене аргентинським вченим М. Корстан'є (M. Korstanje). З огляду на достатню розробленість питання тлумачення туризму в науковій літературі, є доцільним надати загальну характеристику існуючих підходів та виявити серед них найбільш поширені.

Метою наукової статті є характеристика підходів до визначення туризму, представлених в науковій літературі. Відповідно до мети, були поставлені наступні завдання дослідження: розкрити проблему походження терміну «туризм»; представити підходи до визначення туризму; виокремити універсальну типологію, яка включає такі підходи до визначення поняття, що можуть бути застосовані до будь-якої дефініції туризму.

Займаючись питанням тлумачення поняття, науковці звертаються до проблеми походження терміну «туризм». Науково виправданим є той факт, що сучасна дефініція має спиратися на первісний зміст поняття. Проводячи дослідження у сфері етимології туризму, аргентинський вчений М. Корстан'є виділив три школи, які займалися проблемою походження терміну «туризм»: латинська, семітська та британська школи [7, с. 106]. Представники латинської школи вважають, що термін «туризм» пішов від саксонського «*torn*», що означає «від’їзд з наміром повернення». В саксонській мові іменник формувався за допомогою суфікса «*er*». Тому дворянини, що подорожували в XII столітті звалися «*torner*». В середині XVIII століття використовувався термін «*turn*», під яким англійські дворянини розуміли подорожі з метою отримання знань та вивчення культури. В ці часи термін «*turn*» було замінено на «*tour*» під французьким впливом, а суфікс «*er*» було замінено на латинський «*iste*» та грецький «*isme*». Протягом XX століття почали використовуватися терміни «*tourist*» та «*tourism*». Яскравим представником латинської школи є Ф. Фастер (F. Fuster) [7, с. 102–103].

Згідно твердженням семітської школи, термін «туризм» походить від старого арамейського слова «*tur*», що застосовувалося для позначення подорожі, пошуків та переміщення людей. Зокрема, це слово використовувалося під час експедицій громадського діяча та філантропа Мозеса Монтефiore в XIX столітті. Представник семітської школи А. Хоулот (A. Houlot) стверджує, що слово «*tur*» увійшло в широке використання майже в той період часу, що і в латинській, саксонській та інших європейських мовах [7, с. 103].

Британська школа пов'язує виникнення слова «туризм» з прізвищем представників французької аристократії Делла Тур (Della Tour). В 1516 році сім'я Делла Тур була наділена королем винятковим правом вести комерційні справи на державному рівні. Так, було організовано перші подорожі англійських торговців до континентальної Європи [7, с. 103–104].

Дискусії між представниками зазначених шкіл так і не дійшли консенсусу. Походження терміну залишається відкритим, як і проблема формулювання поняття «туризм».

Авторитетний російський дослідник-туризмолог І. В. Зорін [3] об'єднує сучасні дефініції туризму в декілька груп, підкреслюючи, що в науковій літературі це поняття розглядається з різних аспектів (2001 р.): туризм як діяльність туриста під час відпочинку (представник — М. Б. Біржаков); туризм як вид економічної діяльності з обслуговування туристів (Ю. Ф. Волков); туризм як галузь господарства (Т. І. Ткаченко, О. О. Романов); туризм як міжгалузевий комплекс, в якому туроператор формує туристський продукт з використанням продукції різних галузей (Є. В. Козловський). Сучасні вітчизняні й російські вчені Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич, І. В. Зорін, Т. П. Каверина, В. О. Квартальнов, М. П. Мальська, Ю. О. Пшенічних, А. Е. Саак, В. К. Федорченко в своїх наукових роботах базуються на позиції І. В. Зоріна.

Австралійський дослідник Н. Лейпер об'єднує існуючі в науковій літературі дефініції в три групи (1979 р.):

- визначення економічного типу, коли туризм розглядається в аспекті бізнесу або сфери економічної діяльності;
- визначення технічного типу, коли під туризмом розуміють виїзд особи та її переміщення у просторі;
- дефініції холістичного типу, пов'язані з визначенням сутності туризму [8].

Провідний турецький дослідник туризму М. Чухадар, на основі попередніх досліджень Б. Бразертона, в своїй роботі розкриває п'ять основних підходів до визначення туризму (2006 р.) [10, с. 5–9]: функціональний; дисциплінарний; структурний; цілісний; технічний. Функціональні визначення відображають основні функції туристської діяльності, пов'язані з мотивами людей та сенсом подорожування: рекреаційна, пізнавальна, оздоровоча функції. Дисциплінарний підхід застосовують науковці в рамках певної дисципліни, наприклад, географії, економіки, соціології, ігноруючи міждисциплінарний зв'язок туризму з іншими науками. На противагу дисциплінарному підходу, ціннісний підхід до визначення поняття передбачає визнання туризму як універсального унікального явища, для вивчення якого слід розробляти різні теорії на міждисциплінарній основі, ураховуючи складну структуру туризму. У цьому випадку туризм розглядається як цілісна система. Згідно з структурним підходом, туризм представлено як галузь, що функціонує в структурі економіки. Доцільність формулювання технічних визначень пояснюється необхідністю ведення статистики у сфері туризму. Основною метою технічного підходу є виділення чітких характеристик туристської подорожі, що відрізняють туризм від інших видів переміщення.

Найбільш поширеною в сучасній науковій літературі виявляється типологія дефініцій туризму, запропонована А. Дж. Беркартом (A. J. Burkart) і С. Медліком (S. Medlik) (1981 р.) [5]. Науковці об'єднали різні трактування туризму у дві групи: технічне (або формальне) та концептуальне (або сутнісне) визначення туризму.

Підтвердженням широкого визнання зазначеної позиції є те, що велика кількість провідних дослідників в області туризму дотримуються цієї типології. Технічний та концептуальний підходи до визначення туризму відображені в роботах вітчизняних, російських та зарубіжних вчених А. Ю. Александрової, В. С. Боголюбова, О. О. Глушко, М. О. Жукової, В. П. Орловської, А. М. Сазикіна, К. В. Сухаревої, К. Купера (C. Sooper), Н. Тейлора (N. Taylor), Дж. К. Холловей (J. C. Holloway), Р. Хуана (R. Huang) тощо.

Технічне визначення поняття носить має вузькоспеціальний характер, виокремлює певні економічні, соціальні, правові аспекти туризму та застосовується в якості інструменту для розв'язання конкретних завдань. Формальне визначення використовується Всесвітньою туристською організацією з метою ведення статистики туристських потоків. В 1974 році А. Дж. Беркарт і С. Медлік вводять технічне поняття туризму у такому трактуванні: «туризм — це тимчасове короткосезонне переміщення людей в місця, відмінні від тих, де вони проживають та працюють звичайно, а також їх діяльність під час перебування в цих місцях» [2]. Зазначене поняття демонструє основні ознаки туризму, що полягають в тимчасовому переміщенні за межі середовища проживання людини, короткосезонному перебуванні туристів в місцях подорожування.

Концептуальне визначення поняття відображає сутність туризму, розкриває його внутрішній зміст, що дозволяє відрізняти це явище від інших. В якості прикладу концептуального визначення поняття представимо формулювання відомих вчених-туризмологів Ч. Р. Голднера (Ch. R. Goeldner) та Дж. Р. Бічі (J. R. B. Ritchie): «туризм — це процеси, дії та результати взаємовідносин та взаємопливу між туристами, об'єктами, що надають туристську пропозицію, урядом, місцевою спільнотою та навколоишнім середовищем, яке входить до атракцій відвідувачів» [6].

Слід зазначити, що в процесі розвитку технічного та концептуального підходів ряд представників світової наукової спільноти при формулюванні дефініції туризму базувались на позиції А. Дж. Беркарта і С. Медліка. Так, технічне визначення туризму було сформульоване авторитетним російським вченим М. Б. Біржаковим: «туризм — це тимчасове пересування людей з місця свого постійного проживання в іншу країну або іншу місцевість в межах своєї країни у вільний час з метою отримання задоволення та відпочинку, оздоровчих та лікувальних, гостинних, пізнавальних, релігійних або в професійно-ділових цілях, але без зайняття оплачуваною діяльністю із джерела в місці відвідування» [1, с. 16]. Дефініція відповідає вимогам, що висуваються до формулювання технічного визначення на рівні ЮНВТО. Турецький дослідник Озген Д. (Özgen D.) під туризмом розуміє виїзд особи за межі постійного місця проживання та праці, пов'язаний із тимчасовим споживанням продуктів та послуг туристських підприємств [9]. Наведене визначення також не суперечить дефініції туризму міжнародного рівня.

В свою чергу, концептуальне визначення знайшло своє відображення в роботах М. І. Кабушкіна, В. О. Квартальнova, В. Ф. Кифяка, М. П. Мальської, В. С. Пазенка, Т. Г. Сокол, В. Н. Шарафтінова. Представимо формулювання поняття під авторством видатного науковця В. О. Квартальнova: «туризм — це сукупність явищ та відносин, що виникають при взаємодії туристів, постачальників, місцевих органів влади та місцевого населення в процесі туристської діяльності» [4, с. 6].

Таким чином, за результатами огляду наукових підходів до тлумачення туризму можна зробити висновок, що надати однозначне його визначення досить складно. Це пов'язано із глибокою сутністю цього явища. Залишається відкритим питання походження терміну «туризм». Етимологією туризму займалися латинська, семітська та британська школи, але дискусії між представниками цих шкіл і досі не дійшли консенсусу. В сучасному науковому просторі особливої популярності набули підходи до визначення туризму, запропоновані І. В. Зоріним (туризм як діяльність туриста; туризм як вид економічної

діяльності; туризм як галузь господарства; туризм як міжгалузевий комплекс), Н. Лейпером (дефініції економічного, технічного та холістичного типу), Б. Бразертоном (функціональний, дисциплінарний, структурний, цілісний та технічний підходи до визначення поняття), А. Дж. Беркартом та С. Медліком (технічне (або формальне) та концептуальне (або сутнісне) визначення туризму). Водночас слід зазначити, що серед підходів до визначення поняття типологія А. Дж. Беркарта і С. Медліка виявляється універсальною, тобто такою, що може бути застосована для будь-якої дефініції туризму. Перспективи подальших розробок полягають у вивчені низки похідних понять від терміну «туризм».

Література

1. Биржаков М. Б. Индустрія туризма: перевозки [Текст]. — 3-е изд, перераб. и доп. / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. — С-Пб. : Издательский дом Герда, 2007. — 528 с.
2. Бриггс С. Маркетинг в туризме [Текст] / С. Бриггс. — К. : Знання-Прес, 2005. — 358 с.
3. Зорин И. В. Теоретические основы профессионального туристского образования [Текст] : моногр. / И. В. Зорин. — М. : Сов. спорт, 2001. — 264 с.
4. Квартальнов В. А. Туризм [Текст] : учеб. — 2-е изд., перераб. / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2006. — 336 с.: ил.
5. Burkart A. J. Tourism [Текст] : Past, Present and Future / A. J. Burkart, S. Medlik. — L. : Heinemann, 1981. — 366 p.
6. Goeldner Ch. R. Tourism: principles, practices, philosophies [Текст] / Ch. R. Goeldner, J. R. B. Ritchie. — NY. : John Wiley and Sons, 2006. — 590 p.
7. Kostanje M. The origin and meaning of tourism : etymological study / M. Kostanje // e-Review of tourism research (eRTR). — 2007. — Vol. 5. — № 5. — P. 100–108.
8. Leiper N. The framework of tourism : towards a definition of tourism, tourist, and the tourist Industry / N. Leiper // Annals of Tourism Research. — 1979. — Vol. 6 (4). — P. 390–407.
9. Özgen D. Turizmde bölgesel tanıtma ve bursa ili açısından önemi [Електронний ресурс] : yüksek lisans tezi / Dilek Özgen // Balıkesir Üniversitesi Sosyal bilimler enstitüsü Turizm i?letmecili?i ve otelcilik anabilim dalı. — Balıkesir, 2010. — 117 s. — Режим доступу: <http://193.255.184.20/tezpdf/30391.pdf>.
10. Çuhadar M. Turizm sektöründe talep tahmini için yapay sinir ağları kullanımı ve diğer yöntemlerle karşılaştırmalı analizi (Antalya ilinin dış turizm talebinde uygulama) [Текст] : doktora tezi / Murat Çuhadar // Süleyman demirel üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü işletme anabilim dalı. — Isparta, 2006. — 189 s.

Семенова И. И.

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ТУРИЗМА В НАУЧНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Статья посвящена проблеме определения понятия «туризм» в научной литературе. В публикации раскрыта проблема происхождения термина, представлены подходы к определению туризма, выделена универсальная типология дефиниций туризма.

Ключевые слова: туризм, подходы к определению туризма, техническое определение понятия, концептуальное определение понятия.

Semenova I. I.

THE APPROACHES TO THE DEFINITION OF TOURISM IN THE SCIENTIFIC LITERATURE

The article deals with the definition of «tourism» in the scientific literature. The problem of origin of the term is revealed in the article. The approaches to the definition of tourism are presented; a universal typology of tourism definitions is highlighted.

Keywords: tourism, approaches to the definition of tourism, a technical definition, a conceptual definition.

Розділ 3.
**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

УДК 377.1:37.015

Вітер О. М.

**КОМПЕТЕНТНІСНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ
ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ
ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ**

В статті досліджується застосування методики структурування навчального матеріалу в процесі формування системи професійних знань під час вивчення дисциплін загальноекономічної підготовки. Розглядається модель дидактичного структурування, яка є основою компетентнісного підходу при підготовці фахівців туристичної сфери.

Ключові слова: навчальний матеріал, структурування, дидактичне структурування.

Для підготовки сучасного фахівця, який відповідав би вимогам часу і володів певними компетенціями щодо свого фаху, педагоги включають у навчальні плани та програми найновіші досягнення науки. Однак можливості студентів у засвоєнні великої кількості нової інформації в короткому періоді часу є достатньо обмеженими. Розв'язати цю суперечність можна шляхом впровадження у навчальний процес нових дидактичних підходів, які б сприяли швидшому і якінішому засвоєнню знань із загальноекономічної підготовки відповідно до компетентнісних характеристик фахівців туристичної сфери. Під компетентністю розуміємо спеціальним шляхом структуровані (організовані) набори знань, умінь, навичок і ставлень, які набуваються у процесі навчання, що дають змогу людині визначати, тобто ідентифікувати і розв'язувати проблеми, характерні для певної сфери діяльності [2, с. 448–449]. Тобто, компетентнісний підхід передбачає формування системи знань, яка необхідна для повного засвоєння відповідно до обраного фаху. Застосовуємо для цього методику структурування навчального матеріалу.

Підходи, які базуються на застосуванні методики структурування навчального матеріалу, досліджували Ю. К. Бабанський, С. У. Гончаренко, Г. М. Донской, В.М. Дуков, Л. Я. Зоріна, П. М. Ерднієв, Л. Б. Ітельсон, А. І. Уман, А. В. Усова, І. М. Козловська, Е. Т. Коробов, Б. І. Коротяєв, В. В. Краєвський, А. Н. Крутський, В. Н. Мощанський, Я. М. Собко, П. І. Сікорський, А. М. Сохор та інші. Педагоги-дослідники намагаються визначити таку модель структури знань, яка б сприяла швидшому і якінішому засвоєнню навчального матеріалу відповідно до компетентнісних характеристик фахівця.

Метою даної статті є застосування методики структурування навчального матеріалу для побудови дидактичної моделі формування системи знань із загальноекономічних дисциплін при підготовці фахівців туристичної сфери і формування їх компетентнісних характеристик.

Б. І. Коротяєв [1, с. 22–23] визначає основні глобальні цілі структурування навчального матеріалу:

— розробка такої структури, яка була б найбільш раціональною і економічною з точки зору її засвоєння і зберігання в довгостроковій пам'яті студента;

— пошук і закладення в створену структуру способу ущільнення матеріалу, його «згортання» і «розгортання», щоб звільнити студента від необхідності тримати в пам'яті великий обсяг фактичного матеріалу;

— згрупування і така побудова навчального матеріалу, щоб в нього можна було ввести, як необхідний елемент засвоєння, апарат навчально-пізнавальної діяльності; успішне засвоєння студентами цього апарату повинно забезпечити поступальний розвиток їх пізнавальної діяльності, творчих можливостей і здібностей.

Існує велика кількість підходів і моделей щодо структурування навчального матеріалу. Вони пройшли апробацію в реальному педагогічному процесі з конкретними навчальними дисциплінами і дали свої позитивні результати, проте не розглядалися в контексті фундаментальних дисциплін загальноекономічної підготовки, зокрема мікро та макроекономіки. Ця проблема є актуальною оскільки:

— структурування навчального матеріалу з цих дисциплін сприяє перетворенню наукової інформації в навчальну, а це особливо важливо в умовах сучасного інформаційного суспільства, коли загострюється суперечність між швидким зростанням обсягу інформації і можливостями оволодіти цими знаннями;

— структурування навчального матеріалу дозволяє відповідно до професійної спрямованості фахівця, знань і вмінь, які визначені нормативними документами, а також підручників і посібників, які висвітлюють дану проблему, визначати ті елементи знань, які необхідні для глибокого засвоєння у системі фундаментальних економічних дисциплін.

Структурування навчального матеріалу з точки зору дидактичного підходу досліджував А. М. Сохор в роботі «Логическая структура учебного материала. Вопросы дидактического анализа» [5, с. 27–28].

В процесі здійсненні дидактичного структурування навчального матеріалу основними критеріями є: напрям підготовки фахівця, спеціальність, зміст навчальної інформації.

Дидактичне структурування здійснюється відповідно до:

- вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики фахівця (ОКХ);
- вимог освітньо-професійної програми (ОПП) до вивчення заданих навчальних дисциплін;

— робочої і навчальної програми, яка формується викладачем;

— підручників, посібників, які відповідають ОПП і вимогам Міністерства освіти і науки та відображають суб'єктивне бачення авторів підручників даної навчальної дисципліни;

— суб'єктів навчання, їхнього рівня та підготовленості до отримання знань.

Дидактичний компонент структурування може розглядатися як сукупність методів і прийомів, за допомогою яких визначаються елементи навчального матеріалу, призначенні для повного засвоєння студентами відповідно до обраного фаху і цілей, які ставить перед ними викладач [3, с. 148].

Основною метою дидактичного структурування є визначення у структурі фундаментальних дисциплінах такої системи знань (ядра), яка забезпечить успішне засвоєння студентами дисциплін професійного циклу, а отже, і підготовку висококваліфікованого фахівця. Дидактичне структурування здійснюємо за принципом «перспективних ліній», тобто під час вивчення дисциплін фундаментального циклу особлива увага акцентується на тих когнітивних елементах знань, які згодом будуть використовуватися у професійних навчальних дисциплінах і які необхідні для формування майбутнього фахівця.

Очевидно, що неможливо забезпечити високий рівень навчання, якщо студенти не усвідомлюють його перспективи, не розуміють ролі знань у формуванні майбутніх професійних умінь і навичок. Через відсутність інтеграції змісту навчального матеріалу з різних дисциплін суттєво знижується мотивація навчання й інтерес до їх вивчення.

Важливою умовою удосконалення професійної підготовки студентів є спеціально організоване, науково обґрунтоване педагогічне управління навчальною діяльністю студентів, яке, крім планування, організації виконання запланованого, включає в себе формування мотивації до навчання, а також контроль та оцінювання. Власне структурування і генералізація навчального матеріалу потрібні не лише для організації його ефективного засвоєння, а й для здійснення коректних контролально-оцінювальних функцій. Саме на осі планування і контролювання з наступним оцінюванням загострюються суперечності між:

- запланованим навчальним матеріалом для засвоєння і реальними розумовими можливостями суб'єктів навчання;
- запланованим навчальним матеріалом для засвоєння і тими знаннями, які пропонують для контролю.

Причому ці суперечності у зв'язку з недостатньою психологічною підготовкою викладачів розв'язуються слабо [4, с. 48–50].

Ще однією вадою професійної підготовки фахівців є слабка структурна взаємодія між дисциплінами фундаментального циклу і циклом дисциплін професійної підготовки. Структура знань із фундаментальних дисциплін є опорою (базою) для успішного засвоєння дисциплін професійної підготовки. Наприклад, фундаментальні дисципліни загальноекономічної підготовки «Мікроекономіка» та «Макроекономіка» є базовими для дисциплін професійної підготовки «Економіка підприємства», «Економіка туризму». Якщо структурувати навчальні дисципліни фундаментального циклу за принципом «перспективних ліній», тобто з перспективою використання їх під час вивчення дисциплін професійної підготовки, матимемо певну модель генералізації навчального матеріалу, реалізація якої суттєво поліпшить засвоєння професійних дисциплін і підготовку фахівців загалом. Структурування навчального матеріалу з фундаментальних дисциплін за принципом «перспективних ліній» вимагає глибокого аналізу змісту професійних дисциплін і проектування їх на дисципліни фундаментального циклу. Очевидно, що цей процес буде ще успішнішим, якщо викладач буде готовий до викладання (вертикально) відповідних фундаментальних і професійних дисциплін.

Моделювання дидактичної структури бази знань — це процес відбору і пошук взаємозв'язків між елементами навчального матеріалу професійного спрямування і визначення рівнів засвоєння кожного з них. Моделювання структурної взаємодії дисциплін фундаментального і професійного циклів здійснюється у два етапи.

На першому етапі за допомогою логічного структурування визнаються ті елементи знань, які необхідні для оперативного засвоєння студентами під час автономного випереджуvalного вивчення фундаментальних економічних дисциплін і формують їхню базу знань. Використовуючи ранжування навчального матеріалу, визначаються елементи знань, які необхідні для оперативного засвоєння в даному відрізку навчального матеріалу, тобто ті, які є базовими елементами знань.

На другому етапі формування дидактичної моделі визначаються ті елементи навчального матеріалу, які необхідні для повного засвоєння у професійно орієнтованих навчальних дисциплінах. Здійснюється аналіз елементів знань дисциплін професійного циклу і визначаються навчальні дисципліни загальноекономічної підготовки, в яких елементи знань зустрічалися вперше. Якщо вивчення зазначених елементів знань здійснюється в рамках фундаментальних економічних дисциплін, то задані елементи знань мають особливе дидактичне забарвлення, і їм необхідно приділяти особливу увагу під час формування понятійної бази знань фундаментальних економічних дисциплін. На таких поняттях повинна бути зосереджена особлива увага викладача, і визначені елементи знань повинні відповісти критерію повного засвоєння.

Плануючи вивчення фундаментальних дисциплін, ми базувалися на таких підходах:

— для вивчення фундаментальних дисциплін (макро- чи мікроекономіки), необхідно визначити ті дисципліни (їх розділи, теми), що забезпечують розуміння даного навчального матеріалу і вивчалися на попередніх курсах. Наприклад, для вивчення матеріалу за темою «Фінансова система» з навчальної дисципліни «Макроекономіка», необхідно звернути увагу на предмет «Економічна теорія», який вивчається на першому курсі, та визначити за допомогою тестового контролю рівень засвоєння елементів знань, які стосуються заданої теми. Після контролю розробляються дидактичні підходи для усунення прогалин у знаннях (викладачі фундаментальних дисциплін отримують про це інформацію, а викладачі наступних дисциплін планують самостійну та індивідуальну роботу);

— для вивчення фундаментальних дисциплін (макро- чи мікроекономіки), визнаємо ті навчальні дисципліни професійного циклу, що вивчатимуться на старших курсах і використовуватимуть матеріал фундаментальних дисциплін. Наприклад, вивчаючи матеріал за темою «Фінансова система» з дисципліни «Макроекономіка», необхідно акцентувати увагу студентів на тому, що ці знання будуть використовуватися в дисциплінах «Економіка підприємства», «Економіка туризму», «Регіональна економіка», які вивчаються на старших курсах.

Маючи стратегічну фахову зорієнтованість, студенти відповідальніше ставляться до засвоєння визначеного ядра знань із фундаментальних економічних дисциплін. На основі наведеного теоретичного матеріалу збудували модель дидактичного структурування навчального матеріалу (рис. 1.):

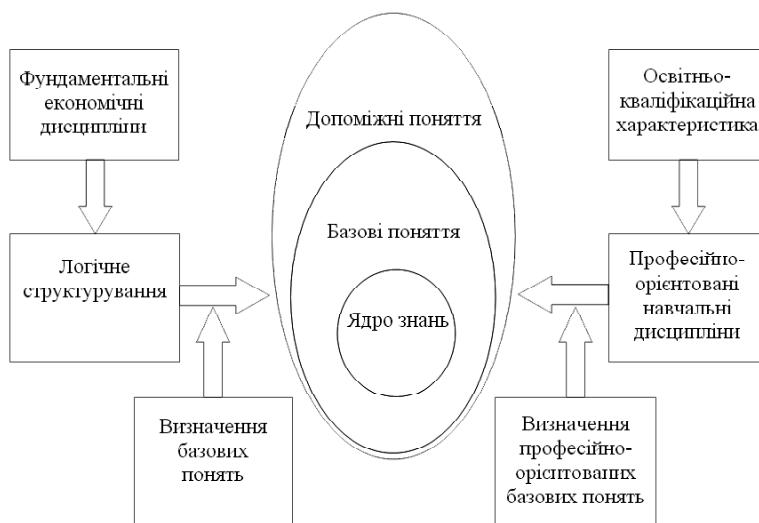


Рис. 1. Модель дидактичного структурування навчального матеріалу

Модель дидактичного структурування навчального матеріалу реалізовується за допомогою наступного алгоритму:

- структуруємо навчальний матеріал із фундаментальних дисциплін (наприклад, «Мікроекономіка» або «Макроекономіка») і дисциплін професійної підготовки (наприклад «Економіка підприємства», «Економіка туризму»);
- за допомогою структурування визначаємо базові поняття дисциплін професійного циклу, враховуючи вимоги ОКХ і ОПП;
- встановлюємо для визначених базових понять дисциплін професійного циклу опорні елементи знань із фундаментальних дисциплін;

— визначаємо спільне ядро елементів знань дисциплін професійного і фундаментального циклів.

Отже, дидактична модель побудована з використанням методики структурування навчального матеріалу та принципу «перспективних ліній», за допомогою якого визначаються елементи навчального матеріалу, призначенні для повного засвоєння відповідно до обраного фаху і цілей, які ставить перед студентами викладач.

Література

1. Коротяєв Б. И. Учение — процесс творческий [Текст] / Б. И. Коротяев. — Москва : Просвещение, 1991. — 159 с.
2. Педагогіка вищої школи [Текст] : навч. посіб. / З. Н. Курлянд, Р. І. Хмельюк, А. В. Семенова та ін. ; за ред. З. Н. Курлянд. — 3-те вид., перероб. і доп. — К. : Знання, 2007. — 495 с.
3. Сікорський П. І. Теоретико-методологічні основи диференційованого навчання [Текст] : навч. посіб. / П. І. Сікорський. — Львів : Каменяр, 1998. — 197 с.
4. Сікорський П. І. Психологопедагогічні проблеми підвищення ефективності самостійної роботи студентів [Текст] / П. І. Сікорський, О. М. Горіна // Вісник Львівського університету. Серія педагогічна. — 2008. — Вип. 23. — С. 46–54.
5. Сохор А. М. Логическая структура учебного материала. Вопросы дидактического анализа. [Текст] : учеб. пособ. — М. : Педагогика, 1974. — 192 с.

Vitner A. H.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ОБЩЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРОФЕССИОНАЛОВ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В статье исследуется применение методики структурирования учебного материала для формирования системы профессиональных знаний во время изучения дисциплин общеэкономической подготовки. Рассматривается модель дидактического структурирования, которая выступает основой компетентностного подхода к подготовке профессионалов туристической индустрии.

Ключевые слова: учебный материал, структурирование, дидактическое структурирование

Viter O. M.

COMPETENCE APPROACH TO THE FORMATION OF THE OVERALL TRAINING SPECIALISTS

The paper examines the application of methods of structuring Initial material for the formation of professional knowledge during study subjects overall training. A model of didactic structuring which is the basis of the competency approach to training specialists.

Keywords: educational material, structuring, didactic structuring.

УДК 338.482:659.1+331

Завальницька Н. Б., Гринькевич О. С.

ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ ТА СТАТИСТИКИ В УПРАВЛІННІ ЕФЕКТИВНІСТЮ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

Розкривається значення, успіхи та проблеми організації виставкової діяльності, принципи її підготовки та проведення. Запропоновано шляхи підвищення ефективності роботи виставок в індустрії туризму, які базуються на методах та інструментах маркетингу і статистики.

Ключові слова: виставкова діяльність, принципи організації та проведення, ефективність організації виставки, моніторинг виставкової діяльності.

У сучасній вітчизняній економіці, коли товарний асортимент та асортимент послуг, а відповідно і пропозиція товарів і послуг на ринку розширяється, успішне просування їх до споживача неможливе без системно організованого комплексу маркетингових комунікацій. Їх важливою складовою є виставкова діяльність, яка сприяє розвитку й удосконаленню всієї системи бізнесу, вирішенню проблемних питань, реальному пошуку нових бізнес-партнерів. Це один із факторів, який стимулює закріплення позитивних змін в економіці, сприяє науково-технічному і технологічному оновленню вітчизняного виробника, становленню нових торговельно-промислових зв'язків, відкриттям нових ринків збути та розвитку експорту та обміну досвідом. Активна конкуренція товаровиробників на споживчому ринку змушує їх конкурувати не лише продукцією, але й обіцянками додаткових послуг і привілей, які отримує покупець, купуючи саме їх продукцію.

Питанням організації виставкової діяльності присвячені праці таких відомих зарубіжних та українських науковців, як Я. Критсотакіс, Дж.Бернет, Ж.-Ж. Ламбен, М. Мескон, С. Міллер, Р. Фатхутдинов, Ф. Шарков, С. Фрідман, Г. Костерєва, С. Матусяк, В. Шкардук, С. Стерхова, І. Комаров, О. Толмачова. У працях науковців досліджується призначення виставок, їх результативність, основні види виставкових послуг, напрямки підвищення ефективності виставок, однак потребують більш глибокого вивчення питання особливостей та проблем організації виставкової діяльності в туристичній індустрії.

Метою статті є дослідження теоретичних і практичних аспектів організації виставкової діяльності в сфері туризму з використанням інструментів маркетингу і статистики.

Виставкова діяльність в Україні розвивається динамічно і отримує визнання у фахівців міжнародного рівня. З'являються нові організатори, тематика, формати.

Цілком погоджуємося з думкою М. Аршевської про те, що незважаючи на зростання електронних засобів і систем комунікацій, а також враховуючи зниження ефективності традиційних рекламно-пропагандистських засобів, виставкова галузь все ж розробляє та пропонує нові концепції та види діяльності, що гарантують її незалежне існування та розвиток у глобальних ринках [1]. Адже основне завдання виставкової діяльності — своєчасне забезпечення повного сервісу виставкових послуг, у необхідному асортименті, з потрібною якістю обслуговування, у визначеному місці та часі, з оптимальними витратами як для організаторів, так і для учасників виставки.

Вітчизняна виставкова діяльність була започаткована організацією виставки досягнень народного господарства (ВДНГ), яка на початках свого існування мала не комерційне, а ідеологічне значення. Зі здобуттям Україною незалежності та її вибором орієнтації на побудову ринкових відносин, товаровиробники, посередники, торговці отримали більші можливості набуття досвіду ринкової діяльності, в тому числі й виставкової.

В якості індикаторів розвитку виставкової діяльності в Україні використовуються показники кількості виставкових центрів, залів, майданчиків та їх відповідних площ,

кількості виставково-ярмаркових заходів та їх організаторів, персоналу, зайнятого у сфері виставкової діяльності.

З метою моніторингу виставкової діяльності в Україні, а також оцінки ефективності роботи організаторів виставок і виставкових центрів органи державної статистики здійснюють щорічне обстеження у формі статистичної звітності (ф. № 1 виставки «Звіт про виставкову діяльність»). Узагальнену інформацію Державна служба статистики України публікує у Статистичному щорічнику України та у тематичному статистичному бюллетені «Виставкова діяльність в Україні», а також вміщує на офіційному WEB-сайті служби. Динаміку узагальнюючих показників виставкової діяльності в Україні ілюструє табл. 1.

Таблиця 1
Основні показники виставкової діяльності в Україні

	2004 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	Темп зміни, %	
						2011 р. до 2004 р.	2011 р. до 2010 р.
Кількість проведених виставкових заходів	1019	1174	1076	1127	1116	9,5	- 1,0
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис.кв.м	899	1836,4	1267,2	1268,1	1282,7	42,7	1,2
Загальна виставкова площа виставкових центрів, тис.кв.м	198	192,5	196,1	206,0	202,0	2,0	- 1,9
Кількість учасників виставкових заходів	72006	82453	68745	73367	69616	- 3,3	- 5,1
у розрахунку на один захід	159	126	134	144	140	- 11,9	- 2,6
Кількість відвідувачів виставкових заходів, тис. осіб	10101	13309	10629	11161	9351	- 7,4	- 16,2
у розрахунку на один захід	9913	11336	9878	9903	8379	- 15,5	- 15,4

Як свідчать дані табл. 1, за період 2004–2011 років найбільш помітними є зміни, пов’язані зі зростанням загальної забудованої площини організаторів виставок (на 42,7 %) та кількості проведених виставкових заходів (на 9,5 %). Фінансово-економічна криза суттєво позначилася на загальній тенденції зростання показників виставкової діяльності, про що свідчить переважне зменшення їх значень з 2009 року.

Аналіз ефективності виставкової діяльності на основі показників динаміки числа учасників і відвідувачів у розрахунку на один виставковий захід дає підстави для висновку про актуальність проблем ефективного управління наявними виставковими площами та іншими ресурсами організаторів виставок. За період 2004–2011 років на 11,9 % зменшився середній рівень участі у виставковій діяльності та на 15,5 % рівень їх відвідування. Це обумовлює необхідність підвищеної уваги фахівців у галузі теорії і практики організації виставкової діяльності до пошуку більш ефективних, у тому числі інноваційних, підходів в управлінні цим видом діяльності.

Основними принципами виставкової діяльності є:

- створення рівних умов суб’єктам виставкової діяльності різних форм власності;
- реалізація єдиної державної політики у сфері виставкової діяльності і координація дій державних органів та органів місцевого самоврядування у цій сфері;
- свобода доступу суб’єктів господарювання до виставкової діяльності та добросовісна конкуренція між її суб’єктами;

-
- захист вітчизняної виставкової діяльності від експансії зарубіжних організаторів виставок та ярмарків;
 - застосування різноманітних підходів до розв'язання основних проблем розвитку виставкової діяльності [3].

Виставка є своєрідним джерелом інформації щодо створення науково-технічних розробок, виробництва нової продукції та послуг і впровадження їх на споживчі ринки. Виставка забезпечує можливість особистого контакту з клієнтами та вивчення їх інтересів, запитів і потреб, тим самим дозволяючи товаровиробникам розробляти і обирати перспективні напрямки своєї діяльності. Серед різновидів виставок доцільно відзначити спеціалізовані виставки, виставки-презентації, виставки-ярмарки, виставки-конференції, виставки-конкурси та інші. Спеціалізована виставка в першу чергу повинна забезпечувати безпосередньо комерційні інтереси підприємств-учасників. Головна її ціль — конкуренція між багатьма однорідними видами продукції. Попереднім результатом участі підприємства у спеціалізованій виставці є кількість відвідувань стенда і кількість переговорів, що свідчить про конкурентоспроможність експонованої продукції чи послуги та викликає інтерес у споживачів. У подальшому експоненту доводиться витрачати більше шести місяців на обробку контактів, що мали місце на виставці та оцінювати загальний комерційний успіх від участі у виставці [7].

Активне зростання туристичних потоків в Україні та інших країнах світу обумовили активізацію виставкової діяльності в індустрії туризму. Як свідчать висновки експертів [5], справжній вибух туризму спричинили три глобальні чинники: зростання купівельної спроможності і, зокрема дискреційного доходу в сім'ях середнього класу, збільшення частки вільного часу у загальному бюджеті часу економічно активного населення, а також широке розповсюдження приватного автотранспорту і здешевлення авіаперевезень. Зазначені глобальні чинники мали особливий прояв на українському ринку туристичних послуг. Ці особливості мають здебільшого негативний характер з точки зору привабливості України для внутрішніх та іноземних туристів. За період 2000–2011 років у структурі туристичного потоку (загальній чисельності туристів, яким надано послуги суб’єктами туристичної діяльності в Україні) частка іноземних і внутрішніх туристів зменшилася більш як у два рази (з 85,8 % до 40,5 %). Зазначена тенденція характерна для більшості регіонів України та є сигналом для активнішої діяльності всіх учасників ринку туристичних послуг у напрямку підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних туристичних продуктів.

Важливу роль у просуванні продукції і послуг туристичної сфери на споживчий ринок України та за її межі відіграє щорічний Львівський міжнародний форуму індустрії туризму та гостинності, який на сьогодні є чи не найбільшою багатофункціональною експозицією туристичних послуг в Україні. Традиційність проведення такого заходу обумовлена її безперечним успіхом серед українських та іноземних фахівців галузі туризму, які їдуть сюди в пошуках новинок. На теренах, де проходить щорічна виставка-ярмарок, є експериментальні та демонстраційні площа, призначені для проведення випробувальних показів роботи техніки та обладнання для готельної та ресторанної індустрії. За таких умов потенційний покупець може швидко прийняти рішення про укладення угод на придбання відповідної продукції. В рамках форуму організовуються виставки-ярмарки, круглі столи, конференції та семінари. Зокрема, однією із значимих складових форуму є міжнародна виставка-ярмарок «ТурЕКСПО-2012», основна мета якої — сприяння розвитку туристичного бізнесу в Україні, позиціювання Західної України як великого туристичного центру міжнародного рівня з розвинутою базою гостинності та цікавого історико-культурного об’єкту. Виставка-ярмарок «ТурЕКСПО-

2012» — це можливість в Західній Україні активної безпосередньої реклами та централізованого впливу на цільову групу клієнтів, підтримка іміджу туристичної компанії. У рамках цьогорічної XIII міжнародної виставки-ярмарку «ТурЕКСПО-2012» відбувались: науково-практичний семінар для закладів розміщення та туристичних фірм, семінар-презентація «Унікальні туристичні продукти Західної України», біржа бізнес-контактів, семінари-практикуми «Сучасні тенденції розвитку паркових атракціонів та об'єктів дозвілля» і «Безпека та ефективність експлуатації атракціонів та розважального обладнання», а також був організований рекламнийтур «Туристичний потенціал Українського Розточчя». Цільова аудиторія відвідувачів виставки охоплювала туристичні фірми Західної України, ключових працівників оздоровчих та санаторно-курортних комплексів, готелів та інших закладів розміщення, розважальних закладів, спортивних комплексів та бізнес-центрів (рис. 1).



Рис. 1. Типи установ та організацій — учасників виставки-ярмарку «ТурЕКСПО-2012»

Погоджуємося з думкою Гавришко О. О. та Бичікової Л. А. про те, що найбільшим попитом виставковий і ярмарковий бізнес користується у середовищі середнього та малого підприємництва, бо для таких фірм участь у галузевих виставках є часто єдиним, порівняно недорогим маркетинговим інструментом, способом одночасного розв'язання багатьох важливих бізнес-задач. Це і потужний канал продажу, і розширення потенційної клієнтури, і формування фірмового іміджу і т. п. [3].

Однак організація виставкової діяльності в сфері туризму характеризується певними недоліками, які стимулюють зростання її ефективності. Основними з них є:

- відсутність належної системи підготовки та перепідготовки фахівців виставкової діяльності, а також системи стимулів до навчання визначеній спеціальності;
- недостатнє юридичне та нормативне забезпечення організації виставкової діяльності в Україні. В країні відсутній єдиний закон, який би координував виставкову діяльність, а звідси й відсутність законодавчого державного регулювання недобросовісної конкуренції у виставковому бізнесі. На сьогодні в країні немає узгодженої взаємо-

дії організаторів виставок та урядових інститутів, яка могла б забезпечити вирішення низки проблем в організації та проведенні виставок;

- погане забезпечення спеціалізованими друкованими виданнями (навчально-методичною та науковою літературою) з питань виставкової діяльності;

- недостатня кількість, а інколи й відсутність спеціалізованих виставкових площ, що відповідають міжнародним нормам;

- недостатнє використання інформаційних систем і мереж у виставковій діяльності;

- недосконалість системи стандартизації та сертифікації виставкових послуг;

- недосконалість митно-податкового регулювання виставкової діяльності;

- відсутність єдиної методики оцінювання доцільності та ефективності участі у виставкових заходах, системи заходів щодо її оптимізації.

Одним із проблемних питань для тих, хто планує брати участь у виставковій діяльності, є вибір її форми та виду, адже різні види виставок переслідують й різні цілі: інформування, ознайомлення, переконання, координацію, нагадування тощо.

Тому для підвищення ефективності організації виставкової діяльності необхідно:

- сформувати цілісну діючу нормативно-правову базу, яка б регулювала взаємодію організаторів виставкових заходів та урядових інститутів;

- забезпечити системний підхід до управління виставковою діяльністю (чітко визначити цілі, завдання, розробити систему показників та заходи щодо використання управлінських рішень), сформувати єдину уніфіковану систему сертифікації та стандартизації виставкових послуг, системи страхового, юридичного, банківського та митного обслуговування експонентів;

- створити інформаційну систему управління виставковою діяльністю.

Використання Інтернет-технологій у виставковому бізнесі має значний потенціал і надає багато можливостей організаторам щодо розповсюдження, а користувачам щодо отримання інформації про виставкову діяльність в Україні та за кордоном, методичні рекомендації експонентам стосовно участі у виставкових заходах;

- здійснити обґрунтований вибір виду виставки на базі проведення аналізу доцільності участі у виставці, підготовки до участі у ній, організацію комунікацій для запрошення відвідувачів на виставковий стенд (видання і розповсюдження виставкових каталогів, рекламних проспектів та запрошень і т. д.);

- проводити анкетування учасників виставкової діяльності на предмет оцінки роботи організаторів та учасників виставки, визначення характеристик цільової аудиторії;

- розробити методику визначення результативності участі у виставковому заході (в залежності від кількості відвідувачів стенда, попередніх контактів та заключення договорів-намірів);

- оцінювати ефективність участі у виставковій діяльності шляхом порівняння витрачених коштів на участь у виставці з отриманими від участі результатами та можливими перспективами подальшого розвитку;

- створити ефективний механізм взаємодії суб'єктів виставкового процесу;

- проводити моніторинг виставкової діяльності в Україні та за її межами для визначення перспективних напрямків розвитку.

Важливим напрямом удосконалення системи управління виставковою діяльністю є забезпечення постійного зворотного зв’язку з учасниками та відвідувачами виставкових заходів. Однією з традиційних та ефективних форм реалізації такого зв’язку є з’ясування оцінок учасників виставкових заходів щодо якості їх організації (у тому за індикаторами «географія та кількість учасників», «кількість відвідувачів», «рівень надання

основних і додаткових послуг), ефективності проведення, очікуваних результатів, виявлених недоліків, а також можливих напрямів удосконалення виставкової діяльності.

Саме для реалізації таких завдань за участю авторів статті розроблено та апробовано методику анкетування учасників виставки «ТурЕКСПО-2012» (замовниками анкетування учасників виставки «ТурЕКСПО-2012» виступила сторона-організатор, виконавцем — науковий відділ Львівського інституту економіки і туризму (ЛІЕТ). Автори статті висловлюють вдячність студентам ЛІЕТ за допомогу в проведенні анкетування учасників виставки). У якості респондентів виступили учасники виставки, які представляли туристичні організації (30,5 %), заклади розміщення (8,7 %), виробничі технології та обладнання (17,4 %), інформаційні технології (13 %) в туризмі, розваги (13 %), інші інституції у туристичному бізнесі (17,4 %). У географії учасників виставки 47,8 % припадало на Львівську область, 43,5 % на інші регіони України та 8,7 % на інші країни світу (Греція, Польща, Росія).

В ієрархії цілей учасників виставки «ТурЕКСПО-2012» лідирують пошук нових клієнтів (перше місце), реклама організації, її продукції та послуг, а також пошук нових партнерів (відповідно друге та третє місця). Серед інших важливих цілей — підтримка іміджу організації, пошук професійних кадрів.

Оцінюючи результативність участі у попередніх виставках-ярмарках «ТурЕКСПО-2012», переважна більшість респондентів найбільш часто вказувала на збільшення кількості та розширення географії клієнтів (рис. 2).

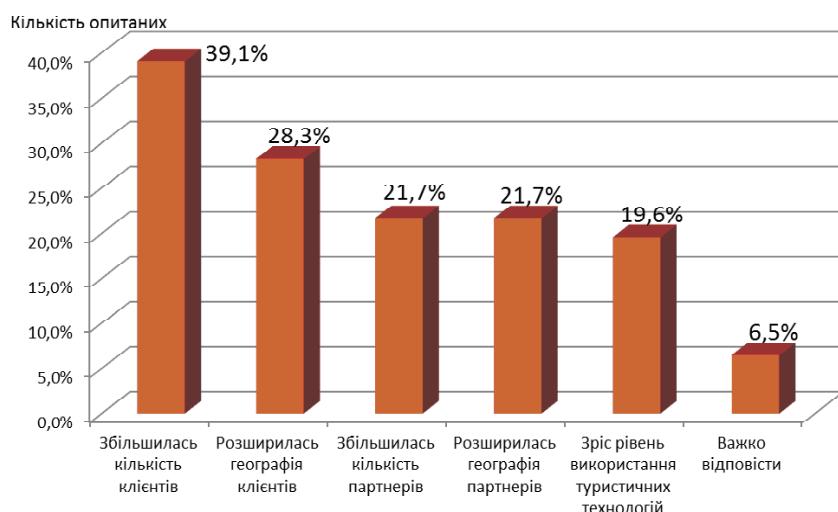


Рис. 2. Оцінка респондентами результативності участі у попередніх виставках «ТурЕКСПО-2012» (побудовано за результатами анкетування учасників виставки)

Найнижчу середню оцінку, які поставили учасники виставки «ТурЕКСПО-2012», отримав такий важливий індикатор якості її проведення як «кількість відвідувачів» (5,2 бали у десятибалльній шкалі). Це вказує на те, що одним із слабких місць у її підготовці виявилась рекламно-інформаційна компанія. Зазначений висновок підтверджує те, що серед зауважень та відповідно — побажань, які учасники виставки висловили до її організаторів, стало бажання бачити більшу кількість відвідувачів через активізацію підготовчої рекламно-інформаційної компанії, у тому числі медіа-підтримки, ефективнішу промоцію виставки у сусідніх державах, зокрема Росії та Польщі. Серед інших важомих за частотою побажань респондентів — забезпечення секторного (тематичного) розміщення учасників виставки; надання організаторами консультаційних послуг; збільшення кількості спеціалізованих семінарів, конференцій, круглих столів.

З огляду на отримані результати дослідження, для організації належної виставкової діяльності в Україні важливо досліджувати та використовувати світовий досвід організації виставок, досліджувати та аналізувати правові та нормативні правила ведення виставкового бізнесу на міжнародному рівні. А для цього необхідні значні інтелектуальні та фінансові ресурси тих, хто хоче демонструвати свою продукцію і послуги на виставкових заходах як в Україні, так і за її межами.

Сучасний ринок висуває нові вимоги до роботи товаровиробників, їхньої комунікаційної політики. Вдала організація виставкової діяльності сприяє просуванню країни до оптимізації ринку туристичних послуг, який стає більш організованим, відкритим та конкурентним. Успішна та ефективна виставкова діяльність забезпечує: товаровиробникам — клієнтів на вітчизняному і зовнішньому ринку, грошові надходження від збуту товарів і послуг, прибуток від задоволення всезростаючих запитів споживачів; споживачам — нові ідеї задоволення своїх запитів та потреб новими видами товарів та послуг.

Активне зростання кількісних показників виставкової діяльності в Україні, яке фіксує вітчизняна статистика, супроводжується зниженням індикаторів її ефективності, зокрема кількості учасників та відвідувачів виставок у розрахунку на один захід. Це обумовлює необхідність розробки в науці та застосування в перспективі на практиці більш ефективних інструментів маркетингу виставкової діяльності. Один із них — моніторинг на мікро-та макрорівнях ефективності організації та проведення виставкових заходів. Важливою умовою проведення такого моніторингу на рівні кожного виставкового проекту має бути використання як об'єктивних (кількісних) показників, так і оцінок суб'єктивного характеру, які базуються на анкетному опитуванні учасників та відвідувачів виставок і враховують їх зауваження та побажання у майбутніх виставкових проектах.

Виставка має бути частиною загального маркетингового плану підприємства, який відповідає встановленим цілям і завданням. Виставка — це не «спонтанний вихід в люди», а конкретний, дуже ефективний інструмент для отримання нових клієнтів і втримання старих.

Література

1. Аришевська М. Проблема оцінки ефективності виставкової діяльності [Текст] // Маркетинг і реклама. — 2006. — № 1 (113). — С. 53—57.
2. Виставкова діяльність в Україні. Статистичний бюллетень // Київ: Державна служба статистики України, 2012. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Гавришико О. О., Бичікова Л. А. Особливості виставково-ярмаркової діяльності в Україні [Текст] // Вісник ХНУ. — 2008. — № 5. — Т. 3. — С. 44—47.
4. Головкіна Н. Персоналізація маркетингових комунікацій: новий стратегічний простір [Текст] // Маркетинг в Україні. — 2008. — № 2. — С. 27—33.
5. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі (оглядова довідка за матеріалами преси) // Офіційний веб-сайт Міністерства культури України: культурно-інформаційний сервіс [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua.http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853;jsessionid=CBACCE6697D400A116E060EE2C513F8C>.
6. Сініціна О. О. Виставково-ярмаркові заходи як ефективні інструменти маркетингу в діяльності підприємств-експонентів [Текст] // Вісник КНТЕУ. — 2007. — № 4. — С. 90—95.
7. Сюрко Л. Є. Проблемні питання аналізу виставкової діяльності у сучасних умовах [Текст] // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2009. — № 35. — С. 275—280.

Завальницька Н. Б., Гринькевич О. С.

**ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА И СТАТИСТИКИ
В УПРАВЛЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ВЫСТАВОЧНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ТУРИЗМЕ**

Раскрывается значение, успехи и проблемы организации выставочной деятельности, принципы ее подготовки и проведения. Предложены пути повышения эффективности работы выставок в индустрии туризма, основанные на методах и инструментах маркетинга и статистики.

Ключевые слова: выставочная деятельность, принципы организации и проведения, эффективность организации выставки, мониторинг выставочной деятельности.

Zavalnytska N. B., Hrynykovich O. S.

**THE TOOLS OF MARKETING AND STATISTICS
IN THE MANAGEMENT OF EXHIBITION ACTIVITY
EFFECTIVENESS IN TOURISM**

The values, successes and problems of organizing exhibitions, the principles of its preparation and implementation, are considered in the article. It is also offered the ways of improving the exhibition's efficiency in the travel industry, based on the methods and tools of marketing and statistics.

Keywords: the exhibition activity, the principles of organization and conduct, an efficiency of organization, the monitoring of exhibition activity.

УДК 338.486.3

Бігус М. М.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕГУЛЯТОРІВ В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У статті розглянуто особливості застосування економічних регуляторів в управлінні конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу. Визначено основні економічні регулятори, які впливають на управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу. Конкретизовано особливості їх впливу на управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу.

Ключові слова: управління, конкурентоспроможність, суб'єкти туристичного бізнесу, економічні регулятори.

Сучасний етап розвитку туризму в Україні важко уявити без суб'єктів туристичного бізнесу, які його формують. Разом з тим, забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу вже тривалий час залишається відкритим для України питанням [1. с. 163]. Існування величезної кількості проблем розвитку суб'єктів туристичного бізнесу говорить про необхідність застосування економічних регуляторів. Основною проблемою суб'єктів туристичного бізнесу є неконтрольованість їхньої діяльності або ж перевищення можливостей через різні неформальні домовленості, внаслідок чого виникають прояви недобросовісного конкурентного середовища на регіональних ринках туристичних послуг.

Питаннями управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу присвячено роботи таких вітчизняних учених, як І. Валентюк, О. Вуйцик, М. Глядіна, Л. Давиденко, О. Дьомін, В. Дмитренко, М. Долішній, О. Жамойда, В. Загорський, В. Кифяк, Л. Ковальська, О. Любіцька, О. Малишева, В. Мацола, І. Михасюк, О. Моран, Н. Опанасюк, В. Полюга та ін.

Мета статі полягає у визначенні механізмів економічних регуляторів різного управлінського рівня, які доцільно застосовувати з метою створення сприятливого бізнес-середовища, дотримання вимог збалансованого розвитку території та спільногопідвищенню рівня конкурентоспроможності туристичного продукту регіону. У даному контексті важливо вирішити такі завдання:

- визначити та конкретизувати основні економічні регулятори механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу;
- встановити цілеспрямованість впливів економічних регуляторів механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу;
- конкретизувати специфіку економічних регуляторів механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу.

Виходячи з концептуальних зasad забезпечення механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу регіону, необхідно визначити ціленапрямленість впливів економічних регуляторів, які спостерігаються в Україні нині та які повинні бути досягнуті на перспективу (рис. 1.). Перспективна ціленапрямленість буде можливою лише в тому випадку, коли механізм управління буде діяти конкретно у межах існуючих принципів, а саме опосередкованої участі держави, ефективності, субституції, компліментарності, публічності, соціального партнерства і справедливості. За інших умов говорити про можливість втілення в життя пропонованих рішень вкрай важко.

У нинішніх умовах для кожного економічного регулятора існує одна базова проблема, що суттєво деформує бізнес-середовище та не відповідає вимогам збалансованого розвитку території. Вирішення такої проблеми спровокує низку позитивних тенденцій.

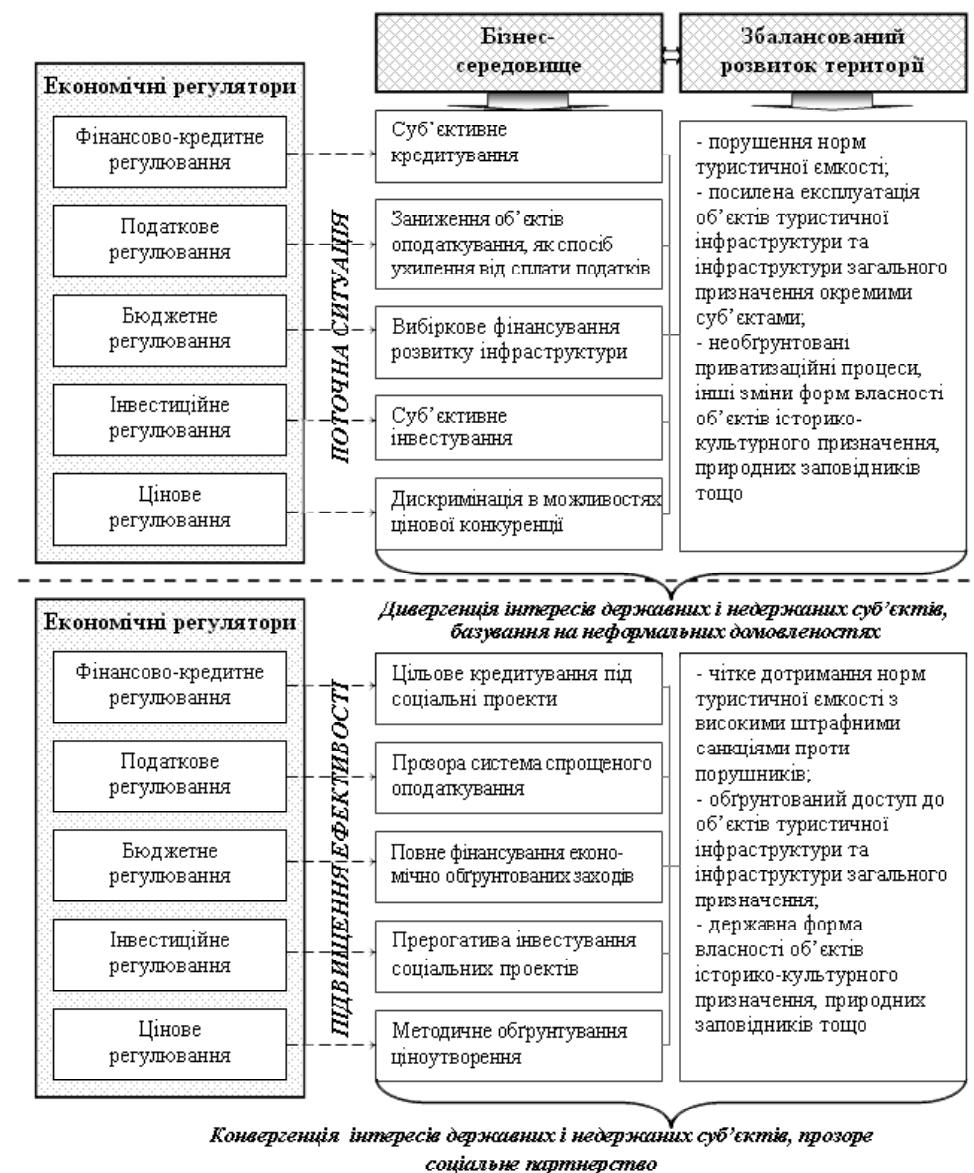


Рис. 1. Цілеспрямованість впливів економічних регуляторів механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу (складено автором)

Конкретизуємо більш детально в розрізі кожного з економічних регуляторів, яким чином вони повинні застосовуватись із метою забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу, адже на основі аналізу саме даного регіону сформульовано ключові проблеми, щоправда цілком закономірно, що більшість з них є актуальними для практично всіх регіонів України, особливо в яких туризм визнано пріоритетним видом економічної діяльності.

Роль фінансово-кредитного регулювання у забезпеченні конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу нині не є ключовою. Держава не повинна виступати потужним кредитором комерційних проектів суб'єктів туристичного бізнесу, проте її роль у таких процесах повинна зводитись до двох базових напрямів:

- по-перше, сприяння кредитуванню на пільгових умовах тих суб'єктів туристичного бізнесу, що реалізовують важливі соціальні проекти. Такими проектами, наприк-

лад, для Львівщини можуть бути ті, які спрямовані на соціально незахищенні категорії осіб в рамках внутрішнього туризму, а також які передбачають відновлення, покращення важливих об'єктів туристично-рекреаційного призначення. Потужним інструментом такого сприяння можуть бути державні гарантії повернення кредитів. При цьому не обов'язково самій державі в особі місцевих органів державної влади виступати кредиторами суб'єктів туристичного бізнесу, адже це ускладнений процес у силу постійного дефіциту бюджетних ресурсів та схильності державних посадовців до нецільового застосування коштів;

— по-друге, сприяння кредитуванню на пільгових умовах тих суб'єктів туристичного бізнесу, які активно реалізовують заходи підвищення якості пропонованих ними туристичних послуг. Ці заходи можуть бути спрямовані на підвищення кваліфікації персоналу, покращення матеріально-технічного оснащення, також, що дуже важливо, розробку і впровадження прогресивних технологій, розробку інформаційного супроводу пропонованих послуг, що в цілому формуватиме імідж цілого регіону як привабливого туристичного центру.

Щодо податкового регулювання як економічного регулятора механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу в регіоні, то уже тривалий період часу розглядається необхідність зменшення податку з 20 % до 6 % за досвідом розвинених країн. Але знову ж таки зменшення податку — це найбільш просте управлінське рішення, яке до вітчизняних реалій не завжди може бути обґрунтованим. Важливо розуміти яким чином податкове регулювання може впливати на конкурентоспроможність суб'єктів туристичного бізнесу. Якщо мова йде про цінові характеристики, то згідно деформацій сприйняття ведення бізнесу в Україні зниження податків не обов'язково приведе до зниження цін, що дасть змогу збалансувати якісні й цінові параметри туристичних послуг (цьому в приклад той факт, що, незважаючи на те, що Верховна Рада України звільнила від оподаткування готельний бізнес, послуги готелів не подешевшали після цих заходів [2]). Інша проблема — так званий податковий пресинг проти в'їзного і внутрішнього туризму (мова йде про відшкодування ПДВ на послуги іноземного туризму, тобто коли експортувані послуги надаються на території країни).

Насправді тут варто спрямовувати зусилля на абсолютну легалізацію туристичного бізнесу за різними напрямами, демотивацію суб'єктів у приховуванні реальних прибутків, всього спектру пропонованих послуг, а також виплати заробітної плати «в конвертах». Цього можна досягти поступово, в декілька етапів, адже стрімкі зміни у нинішніх умовах тотальної корупції, неформальних домовленостей та залежності низки посадових осіб від одержання величезних доходів за такої системи практично унеможливлюють зміни за даним напрямом. З огляду на це, податкове регулювання не може бути пріоритетним економічним регулятором механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу. Це ж стосується і бюджетного фінансування. Обсяги фінансування туризму на загальнодержавному рівні чітко демонструють відсутність усталених витрат, що зумовлює схильність до фінансування за залишковим принципом і з прив'язкою до подієвих явищ. На регіональному рівні спостерігаються схожі тенденції, через що головним завданням тут повинно бути подолання вибіркового фінансування розвитку інфраструктури (рис. 2) та повне фінансування економічно обґрунтованих заходів поряд з поступовим збільшенням витрат без значних коливань. Це дуже важливо у контексті послідовного втілення в життя стратегічних орієнтирів функціонування механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу.

Таким чином, за нинішніх умов серед економічних регуляторів забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу не варто фокусувати основну

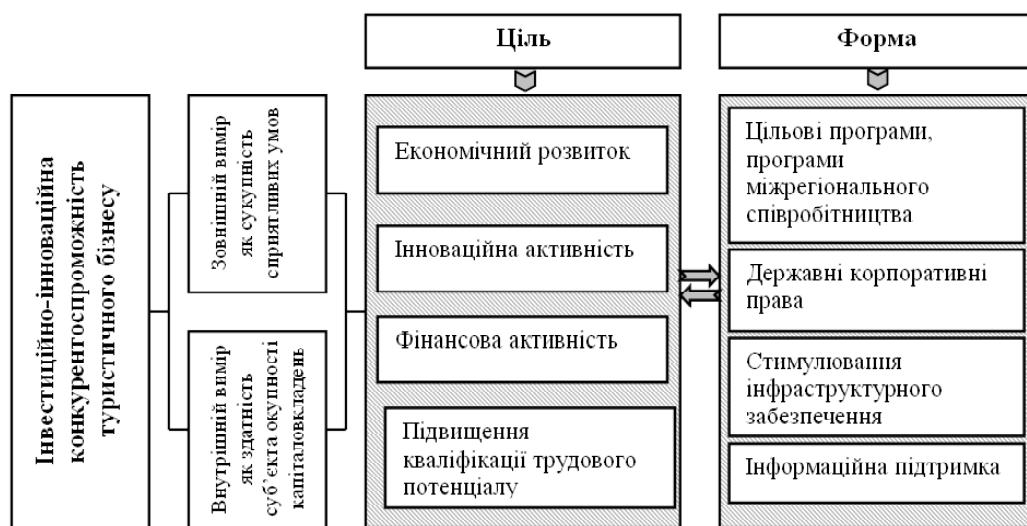


Рис. 2. Цілі та форми забезпечення інвестиційно-інноваційної конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу (складено автором)

увагу на податковому і бюджетному регулюванні. Фінансово-кредитне регулювання повинно здійснюватись у межах зазначених нами підходів. Разом з тим, сьогодні особливої ваги набуває інструментарій інвестиційного регулювання. Місцеві органи державної влади тут повинні відігравати ключову роль.

Інвестиційне регулювання повинно здійснюватись згідно особливостей становлення в Україні інформаційного суспільства, де інноваційні процеси є обов'язковою ознакою успішного ведення підприємницької діяльності. Запровадження інновацій — це запорука діяльності на довготривалу перспективу, це свідчення орієнтиру керівництва суб'єкта бізнесу на успішну діяльність з поступовим відшкодуванням здійснених витрат. Саме тому схильність до інновацій обрано нами як один з критеріїв відбору суб'єктів туристичного бізнесу до сприяння пільговому кредитуванню (в частині кадрового потенціалу) і саме тому такий параметр повинен бути домінуючим у визначені суб'єктів, які можуть бути залученими у цільові інвестиційні програми.

Сьогодні дуже важливо говорити про інвестиційно-інноваційну конкурентоспроможність суб'єктів туристичного бізнесу. Якщо розглядати дане поняття поза межами туризму і підприємницької діяльності, то така конкурентоспроможність визначається системою показників, які відображають економічний розвиток регіону, інноваційну активність, фінансову діяльність та людський потенціал [3, с. 10]. Для суб'єкта туристичного бізнесу його інвестиційно-інноваційна конкурентоспроможність означає здатність відносно швидкої окупності інвестиційних капіталовкладень з чітко вираженим прогресуючим інноваційним розвитком такого суб'єкта, що в цілому відображатиметься на його привабливості перед інвестором.

Таким чином, з метою забезпечення інвестиційно-інноваційної конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу в регіоні у рамках використання економічних регуляторів механізму управління доцільно забезпечувати не лише достатній економічний розвиток, але й сприяти інноваційній активності суб'єктів з удосконаленням регіональної фінансової системи та нарощуванням трудового потенціалу. Тобто роль держави у залученні приватних інвестицій повинна полягати у створенні комплексу організаційно-правових умов, які відіграють функцію рамкових у системі мотивацій інвесторів щодо місця здійснення капіталовкладень [4, с. 6].

Серед можливих форм забезпечення інвестиційно-інноваційної конкурентоспроможності звертаємо увагу на стимулювання інфраструктурного забезпечення, яке може передбачати надання землі у безоплатне користування або за пільговими цінами, а також надання будівель та споруд у безоплатне користування або за пільговими умовами [5, с. 18]. Пріоритет тут повинен відводитись проектам з чітко вираженим соціальним спрямуванням, а також з так званим мультиплікативним ефектом (потужним впливом на інші види економічної діяльності, який для туристичної сфери є характерним). Тобто такі форми інвестиційного стимулювання повинні бути конкретно обґрунтованими.

Ще один важливий момент, який під час забезпечення інвестиційно-інноваційної конкурентоспроможності суб'єктів туристичного бізнесу сьогодні розглядаються науковцями і практиками, — це те, що в першу чергу має зростати роль внутрішніх інвестицій. За роки незалежності України багато йшлося про необхідність залучення іноземного капіталу. Ризиковість таких процесів часто замовчувалась, досвід експлуатації ресурсного потенціалу масово не висвітлювався. Якщо мова йде про туристичний бізнес, то тут це вкрай важливо, адже він базується на ресурсах туристично-рекреаційного призначення, які в більшості випадків мають виняткову історико-культурну та природну цінність. Тому сьогодні актуально мобілізувати ті внутрішні інвестиційні резерви, які з високою ефективністю можуть бути залученими в розвиток туристичного бізнесу в регіоні у контексті забезпечення його конкурентоспроможності. Таким внутрішнім резервом може бути міграційний капітал. Для його мобілізації відмінним інструментом повинні бути програми рееміграції. Для прикладу, масштаби еміграційних процесів для тої ж Львівської області вже тривають період часу є величезними. Отриманий мігрантами дохід здебільшого спрямовується на споживчий ринок, підтримуючи таким чином рівень цін на достатньо високому рівні (особливо це стосується товарів тривалого використання, у тому числі нерухомості). У результаті продуктивного використання міграційного капіталу, який обмежується не лише грошовими доходами, але й проявляється в отриманих знаннях і досвіді, в регіонах країни не спостерігається.

Підвищення ефективності цінового регулювання як економічного регулятора механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу повинне зводитись до формування добросовісного конкурентного середовища з можливістю ведення прозорої конкурентної боротьби (недопущення любіювання інтересів окремих суб'єктів з вливанням величезного фінансового капіталу, сконцентрованого в потужних бізнесових групах держави). Роль організаційних інституцій зводиться до пропозиції економічно обґрунтованих методик ціноутворення на ринку туристичних послуг, адже практика засвідчує переважання методу встановлення ціни на основі поточного рівня цін. Це є однією з основних проблем невідповідності ціни якості, яка нині для вітчизняних суб'єктів турбізнесу є по суті основною.

Узагальнюючи наведені вище положення, сформовано діяльнісну модель цільової черговості застосування економічних регуляторів механізму управління конкурентоспроможністю суб'єктів туристичного бізнесу в регіоні (рис. 3). Таку модель складає організаційна та наслідкова площини, які формуються в координатах простору і часу. Тут важливо звернути увагу на необхідність виявлення в організаційній площині економічних і соціальних ефектів, спричинених застосуванням економічних регуляторів. Це надзвичайно важливий момент, адже така практика в Україні є мало помітною. З одного боку, це обумовлено труднощами оцінки управлінських рішень (важко оцінити «продукт» відповідної владної структури без відповідальності за ситуацію інших дотичних до справи інституцій) та, з іншого боку, суб'єктивним відношенням до доцільності такої оцінки. Разом з тим, якщо мова йде про дію механізму управління конкурентоспро-

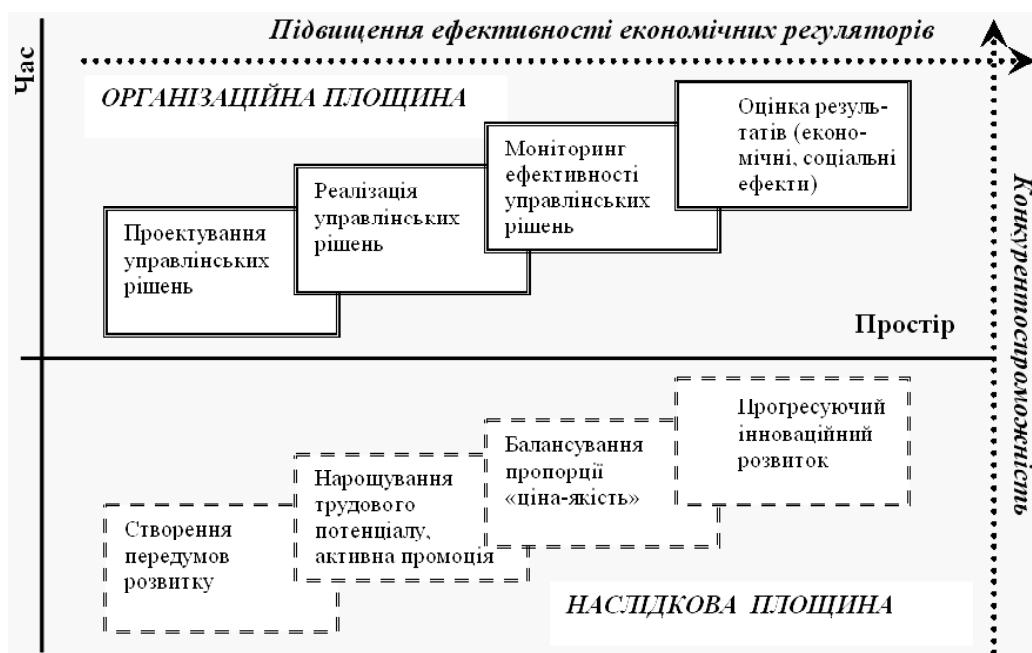


Рис. 3. Діяльнісна модель цільової черговості застосування економічних регуляторів механізму управління конкурентоспроможністю суб’єктів туристичного бізнесу в регіоні (складено автором)

можністю суб’єктів туристичного бізнесу, цільова мета якого входить у коло інтересів багатьох суб’єктів, оцінка економічних і соціальних ефектів дасть змогу обґрунтувати ресурсні затрати на відповідні рішення та виявити найбільш ефективні з них.

Отже, сучасна ситуація щодо конкурентоспроможності суб’єктів туристичного бізнесу в регіонах України вимагає суттєвого підвищення ефективності застосування економічних регуляторів. Теоретичні аспекти такої ефективності можуть бути добре розробленими, проте, на жаль, повсякденні реалії демонструють переважну неефективність управлінських рішень щодо розвитку турбізнесу. Доволі часто така проблема зумовлена дивергенцією інтересів різних суб’єктів на ринку туристичних послуг, через що зростає значущість такого процесу, як соціальне партнерство. Саме в рамках соціального партнерства можливо знайти спільні інтереси всіх суб’єктів туристичного бізнесу та інших недержавних структур, що б консолідувало їхні зусилля в напрямі забезпечення конкурентоспроможності суб’єктів туристичного бізнесу із підвищенням ефективності відповідного механізму управління.

Література

1. Бігус М. М. Науковий дискурс дефініції конкурентоспроможності туристичного бізнесу в регіоні [Текст] : Інститут регіональних досліджень НАН України, Регіональна економіка [редкол. : В. С. Кравців]. — Львів : 2012. — № 2 — С. 162–167.
2. Український туризм звільняти від оподаткування?: Реальна економіка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.real-economy.com.ua/news/4929.html>.
3. Беленький П. Ю. Дослідження проблем конкурентоспроможності [Текст] : Вісник НАН України [редкол. : Б. Є. Панот]. — 2007. — № 5. — С. 9–18.
4. Дацішин М. Б. Тенденції розвитку інвестиційної політики в Україні та її оцінка на регіональному рівні [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук: спец. (08.10.01) // Маркіян Богданович Дацішин ; НАН України, Інститут регіональних досліджень. — Львів, 2003. — 20 с.

5. Алмаші Л. В. Регіональні аспекти інвестиційної діяльності (на прикладі Закарпатської області) [Текст] : дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: (08.10.01) / Людмила Василівна Алмаші. — Ужгород, 1998. — 193 с. — Бібліогр. : С. 18–20.

Быгус М. М.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕГУЛЯТОРОВ В УПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

В статье рассмотрены особенности применения экономических регуляторов в управлении конкурентоспособностью субъектов туристического бизнеса. Определены основные экономические регуляторы, которые влияют на управление конкурентоспособностью субъектов туристического бизнеса. Конкретизированы особенности их влияния на управление конкурентоспособностью субъектов туристического бизнеса.

Ключевые слова: управление, конкурентоспособность, субъекты туристического бизнеса, экономические регуляторы.

Bigus M. M.

FEATURES OF ECONOMIC COMPETITIVENESS REGULATORS OF SUBJECTS TOURISM BUSINESS

The article discusses the features of economic regulators in management competitiveness in the tourism business. The main economic controls that affect the management of competitiveness in the tourism business. The concrete features of their impact on the management of competitiveness in the tourism business.

Keywords: management, competitiveness, economic tourism, economic regulators.

УДК 005.336:339.17

Бакунов О. О., Смирнов Є. М.

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розроблено і обґрунтовано науково-методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства, який дозволяє визначити стан та напрямки стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі комплексного дослідження потенційних можливостей підприємства в конкуренції та результату їх реалізації в конкурентній боротьбі.

Ключові слова: конкурентоспроможність, стратегічне управління, конкурентна позиція, оцінка, торговельне підприємство.

Не можна сказати, що питання оцінки конкурентоспроможності є новим для економічної науки. Сьогодні у спеціальній науковій літературі активно дискутується як зміст самого поняття «конкурентоспроможність», так і методичні засади її кількісної оцінки та виміру.

Проте, як показує досвід, існуючі наукові розробки та пропозиції відстають від сучасних потреб практики управління. Підтвердженням цього є світова економічна криза, яка виявила суттєві недоліки в діяльності підприємств різних галузей. Торгівля не є виключенням. Багато підприємств галузі, які у докризовий період демонстрували високі темпи розвитку та вважалися цілком успішними, опинилися на межі втрати власної конкурентоспроможності. Ця обставина вказує на необхідність перегляду існуючих поглядів на проблему конкурентоспроможності торговельного підприємства та насамперед на питання її кількісної оцінки, яка є основою побудови ефективної стратегії антикризового управління.

Протиріччя в термінології та розумінні базових властивостей конкурентоспроможності не сприяють внесенню ясності в питання її виміру. Як показує дослідження, розбіжності існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства зумовлені насамперед різницею результатів оцінки та особливостями їх застосування під час ухвалення управлінських рішень. Більшість з представлених в літературі методів оцінки конкурентоспроможності (наприклад, [1–3]) не адаптовані до цілей аналізу та планування стратегічних управлінських рішень, оскільки ґрунтуються на дослідженнях минулих досягнень підприємства в конкуренції, тому вимірюють не саму спроможність конкурувати, а підсумок її реалізації в конкурентній боротьбі. Інша частина методів виходить із прогнозного змісту оцінок конкурентоспроможності, що робить їх більш придатними до завдань стратегічного аналізу (наприклад, спроби економіко-математичного моделювання результатів участі підприємства в конкуренції, які детально розглянуті у [4, 5]). Однак більшість із цих методів також потребує удосконалення та подолання недоліків, зумовлених ігноруванням окремих властивостей конкурентоспроможності.

Метою цієї статті є розробка та обґрунтування науково-методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства, інтегрованого у систему стратегічного аналізу та управління.

На підставі проведених досліджень нами запропоновано науково-методичний підхід, що дозволяє включити оцінку конкурентоспроможності підприємства в процес обґрунтування стратегії управління. Цей підхід передбачає проведення оцінки за двома напрямками, що відповідно характеризують особливості прийняття стратегічних та тактичних управлінських рішень: рівень конкурентоспроможності — потенційні можливості підприємства в конкуренції (стратегічний рівень); конкурентну позицію — результат реалізації цих можливостей в конкурентній боротьбі (тактичний рівень).

Кожен із цих напрямків має важливе практичне значення та виступає самостійним аналітичним інструментом. Їх комплексне дослідження одночасно слугує підґрунттям для визначення стану та обґрунтування напрямків стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства. Реалізація запропонованого підходу передбачає виконання трьох взаємопов'язаних етапів (рис. 1).

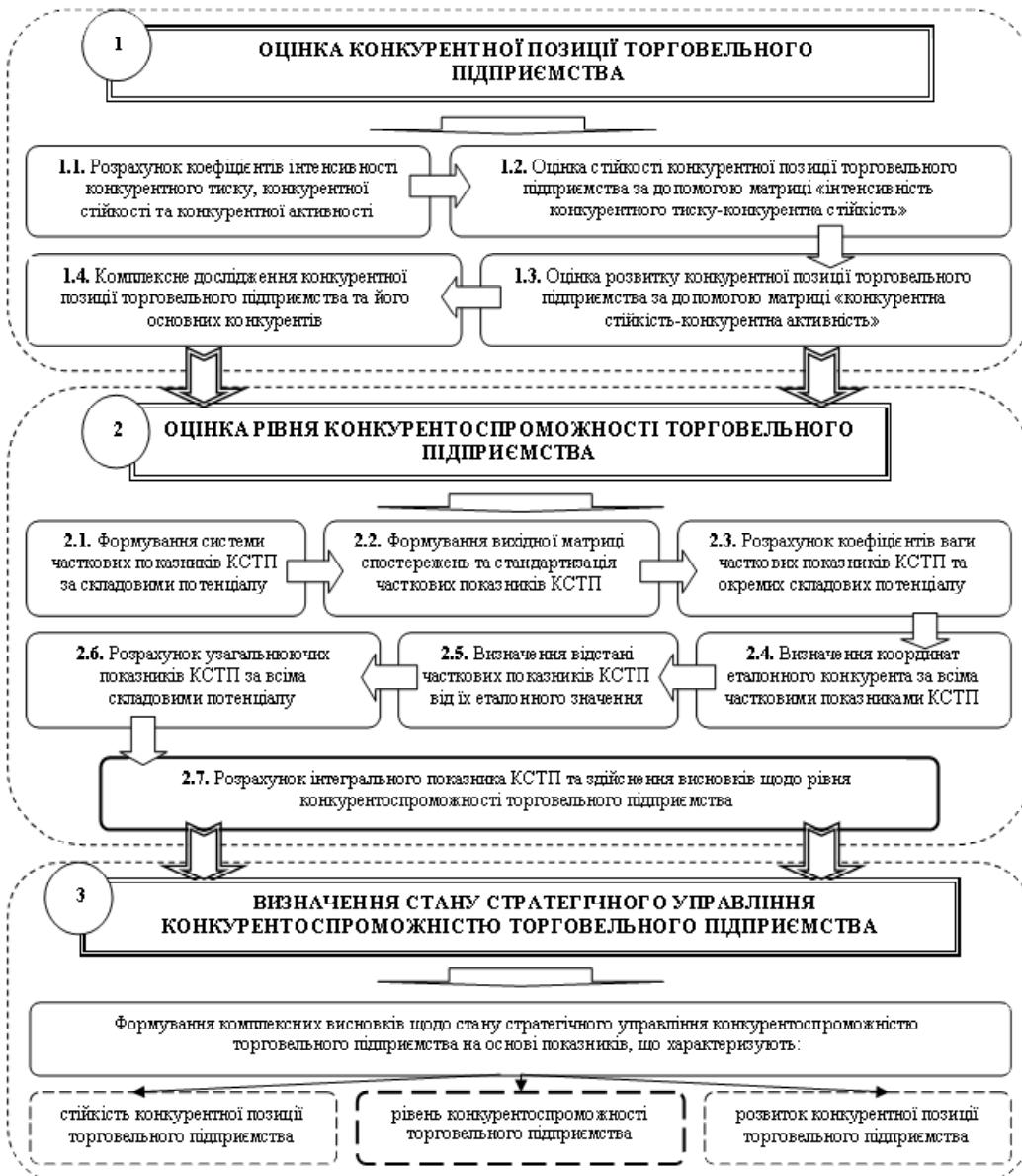


Рис. 1. Схема проведення оцінки конкурентоспроможності торговельного підприємства (КСТП)

Для оцінки конкурентної позиції торговельного підприємства розроблено методику її кількісного визначення, яка ґрунтується на комплексному дослідженні статичного (здатність до стабільного функціонування, що забезпечується певним рівнем стійкості конкурентної позиції підприємства до конкурентного тиску) та динамічного (здатність до розвитку конкурентної позиції всупереч тиску конкурентів, через активний пошук та впровадження нових конкурентних можливостей) аспектів її прояву. Для цього нами

запропоновано визначення коефіцієнтів інтенсивності конкурентного тиску, конкурентної стійкості та конкурентної активності, комплексний аналіз яких за допомогою матричних інструментів дозволив дати диференційовану оцінку стійкості конкурентної позиції торговельного підприємства («висока», «помірна», «низька») та характеру її розвитку («аналітичний», «агресивний», «захисний», «реактивний») (більш детальна характеристика алгоритму здійснення розрахунків наведена в попередніх роботах авторів [6, 7]).

Оцінка рівня конкурентоспроможності — це етап аналізу конкурентних можливостей суперників, що ґрунтуються на розрахунку показника конкурентоспроможності конкурючих підприємств та формуванні висновків щодо її рівня. Результати цього етапу, у сукупності з інформацією про досягнуту конкурентну позицію торговельного підприємства, слугують основою для визначення кола найбільш пріоритетних та небезпечних ринкових конкурентів та стають аналітичним фундаментом розробки стратегії управління конкурентоспроможністю.

Для оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств розроблена система показників, яка складається з трьох рівнів: часткові, що підлягають безпосередній статистичній оцінці, узагальнюючі та інтегральні, що мають латентний характер [7, 8].

Для врахування прогнозного характеру оцінки конкурентоспроможності до часткових віднесено показники, що характеризують стан окремих складових потенціалу підприємств торгівлі: фінансового, кадрового, маркетингового, техніко-технологічного. Отримані на їх основі оцінки вказуватимуть на граничні можливості підприємства в конкурсії, які воно може спрямувати на подолання конкурентного тиску, тобто його конкурентоспроможність.

Розрахунок узагальнюючих показників конкурентоспроможності пропонується проводити з використанням таксономічних методів через побудову матриці відстані від еталонного конкурента, що дасть можливість врахувати конкурентні переваги (недоліки) підприємств (формули 1–3). Визначення інтегрального показника конкурентоспроможності запропоновано здійснювати шляхом знаходження середньоарифметичної зваженої узагальнюючих показників за кожною складовою потенціалу з використанням розроблених за допомогою методу аналізу ієархій коефіцієнтів ваги (формула 4).

$$KC_i^k = 1 - \frac{BK_{io}^k}{BK_o^k}, \quad (1)$$

$$BK_{io}^k = \left[\sum_{j=1}^n (K_{ij}^k - K_{oj}^k)^2 \right]^{\frac{1}{2}} (i = 1, \dots, w), \quad (2)$$

$$I_{KG} = \frac{KC_i^\Phi * V^\Phi + KC_i^K * V^K + KC_i^M * V^M + KC_i^T * V^T}{V^\Phi + V^K + V^M + V^T}, \quad (3)$$

де KC_i^k — узагальнюючий показник конкурентоспроможності i -го конкурента за k -ю складовою потенціалу;

BK_{io}^k — відстань часткових показників конкурентоспроможності i -го конкурента за k -ю складовою потенціалу від їх еталонного значення;

BK_o^k — максимальна відстань показників від еталонного значення;

K_{ij}^k — зважене стандартизоване значення j -го показника конкурентоспроможності за k -ю складовою потенціалу для i -го конкурента загальною кількістю w ;

K_{oj}^k — еталонне значення j -го показника конкурентоспроможності;

\overline{BK}_o^k — середнє значення відстані від еталону.

$$I_{KCi} = \frac{KC_i^\Phi * v^\Phi + KC_i^K * v^K + KC_i^M * v^M + KC_i^{TT} * v^{TT}}{v^\Phi + v^K + v^M + v^{TT}}, \quad (4)$$

де I_{KCi} — інтегральний показник конкурентоспроможності i -го конкурента;

KC_i^Φ , KC_i^K , KC_i^M , KC_i^{TT} — узагальнюючі показники конкурентоспроможності i -го конкурента за фінансовим, кадровим, маркетинговим та техніко-технологічним потенціалом;

v^Φ , v^K , v^M , v^{TT} — коефіцієнти ваги, що відображають відносну важливість узагальнюючих показників конкурентоспроможності.

Практична цінність визначення рівня конкурентоспроможності не викликає сумніву. Орієнтація підприємств у процесі конкуренції на величину цього рівня дає підставу робити висновки про досягнення граничних можливостей їхньої діяльності, необхідні довгострокові інвестиції або наявні сили внутрішнього саморозвитку, які ще не впроваджені або які можуть бути реалізовані для підвищення їхньої конкурентоспроможності.

З'ясовано, що визначення меж оптимального або мінімально допустимого значення показника конкурентоспроможності, поза якими підприємство є неконкурентоспроможним, є умовним, оскільки відносний характер цього показника робить неможливим його представлення у вигляді нормативної чи рекомендованої величини. Для якісної оцінки конкурентоспроможності можуть бути застосовані критерії «високого», «помірного» та «низького» її рівня, які відбувають зафіковане на певний момент часу співвідношення конкурентних сил на ринку.

Таблиця 1
**Матриця визначення стану стратегічного управління конкурентоспроможністю
торговельного підприємства**

Рівень конкурентоспроможності (I_{KC})	Конкурентна стійкість (I_{KST})	Конкурентна активність (I_{KA})	Інтенсивність конкурентного тиску (β_{qp})	Стан стратегічного управління конкурентоспроможністю
<i>B</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>Відмінний</i>
<i>B</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Відмінний</i>
<i>B</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>Нормальний</i>
<i>B</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>Нормальний</i>
<i>B</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>Нормальний</i>
<i>H</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>Нормальний</i>
<i>B</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>Задовільний</i>
<i>B</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Задовільний</i>
<i>H</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>Задовільний</i>
<i>H</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>B</i>	<i>Задовільний</i>
<i>B</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>Незадовільний</i>
<i>H</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>Незадовільний</i>
<i>H</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>H</i>	<i>Незадовільний</i>
<i>H</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>Кризовий</i>
<i>H</i>	<i>H</i>	<i>H</i>	<i>B</i>	<i>Кризовий</i>

* В — високе значення показника; Н — низьке значення показника.

Третій етап запропонованого методичного підходу є узагальнюючим стосовно двох попередніх та передбачає визначення стану стратегічного управління конкурентоспроможністю на основі комплексного дослідження потенціалу та результатів підприємства в конкуренції. Інформація, отримана на цьому етапі у поєднанні з кількісними характеристиками конкурентної позиції та рівня конкурентоспроможності підприємства, є підставою для подальшого удосконалення процесу управління.

Стан стратегічного управління конкурентоспроможністю авторами запропоновано визначати як множину комбінацій змінних рівня конкурентоспроможності та конку-

Таблиця 2

Характеристика можливих станів стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства

Можливі стани	Значення показників*	Характеристика можливих станів стратегічного управління конкурентоспроможністю
Відмінний	$I_{KC}^B I_{KCT}^B, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^H$	Висока конкурентоспроможність дозволяє підприємству реалізовувати стратегію наступальної конкурентної поведінки, забезпечуючи при цьому стійкість вже зайнятих ринкових позицій від можливих посягань конкурентів
Відмінний	$I_{KC}^B I_{KCT}^B, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^B$	За умов високої конкурентоспроможності стратегічна поведінка підприємства має проактивний характер та спрямована на підтримку, і без того, місць конкурентних позицій на ринку
Нормальний	$I_{KC}^B I_{KCT}^B, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^H$	Водночас високо конкурентоспроможністю та достатньо місцями позиціями на ринку, підприємство не в повному обсязі використовує існуючу конкурентні можливості, оскільки проводить захисний варіант поведінки
Нормальний	$I_{KC}^B I_{KCT}^B, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^B$	Маючи високу конкурентоспроможність, підприємство проводить необрунтовано пасивну стратегію, що за умов високої інтенсивності конкуренції може негативно позначитися на стійкості його ринкових позицій
Нормальний	$I_{KC}^B I_{KCT}^H, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^H$	Агресивна поведінка підприємства, підкріплена високою конкурентоспроможністю, орієнтована на подолання тиску з боку конкурентів та підвищення стійкості конкурентної позиції, що може бути збільшено за рахунок реалізації існуючих конкурентних можливостей
Нормальний	$I_{KC}^H I_{KCT}^B, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^H$	Стійкість конкурентної позиції та наступальна стратегія підприємства поєднані із відчутним конкурентним ризиком, що має латентний характер та може проявитися із зміною умов конкуренції
Задовільний	$I_{KC}^B I_{KCT}^H, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^H$	Висока конкурентоспроможність разом із пасивною стратегією є свідченням нездатності підприємства до використання існуючих можливостей в конкуренції. Підприємство ризикує бути витісненим більш агресивними конкурентами
Задовільний	$I_{KC}^B I_{KCT}^H, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^B$	Агресивна реалізація підприємством власних конкурентних переваг в боротьбі з суперниками поєднана із значним ризиком низької стійкості конкурентних позицій та у випадку невдачі може привести до витіснення підприємства з ринку
Задовільний	$I_{KC}^H I_{KCT}^B, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^H$	Низька конкурентоспроможність стримує атакувальні наміри підприємства, дія якого спрямовані на збереження існуючого запасу конкурентної стійкості
Задовільний	$I_{KC}^H I_{KCT}^B, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^B$	Маючи низьку конкурентоспроможність, підприємство намагається утримати баланс між здійсненням активних наступальних дій та захистом власної позиції від атак конкурентів, що є ризикованим за умов інтенсивної конкуренції
Незадовільний	$I_{KC}^B I_{KCT}^H, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^B$	Підприємство не здатне реалізувати власні конкурентні переваги не лише для здійснення наступальної стратегії, а й для протистояння тиску з боку конкурентів, що загрожує йому втратою позицій на ринку
Незадовільний	$I_{KC}^H I_{KCT}^B, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^B$	Висока інтенсивність конкуренції та низька конкурентоспроможність зумушують підприємство концентрувати власні зусилля на захисті частки ринку
Незадовільний	$I_{KC}^H I_{KCT}^H, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^H$	Агресивна стратегія нестійкого до тиску конкурентів підприємства обмежена його низькою конкурентоспроможністю та пов'язана із значним конкурентним ризиком
Незадовільний	$I_{KC}^H I_{KCT}^H, I_{KA}^B, \beta_{\Psi}^B$	За умов високої інтенсивності конкуренції та низької конкурентної стійкості агресивні наміри підприємства не обезпечені достатньою конкурентоспроможністю та скоріше мають реактивний характер
Кризовий	$I_{KC}^H I_{KCT}^H, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^H$	Підприємство не здатне відповісти на конкурентний тиск, оскільки не має вагомих переваг перед конкурентами. Позиція підприємства на ринку залежить від агресивності стратегічних намірів суперників
Кризовий	$I_{KC}^H I_{KCT}^H, I_{KA}^H, \beta_{\Psi}^B$	Конкурентоспроможність підприємства не відповідає сили та інтенсивності тиску на нього з боку конкурентного оточення. Підприємство втрачає конкурентні позиції та ризикує бути витісненим з ринку

* В — високе значення показника; Н — низьке значення показника

рентної позиції торговельних підприємств. Для цього в роботі сформовано матрицю, яка ґрунтується на системному описі можливих варіантів взаємодії показників рівня конкурентоспроможності, інтенсивності конкурентного тиску, конкурентної стійкості, конкурентної активності та дозволяє дати комплексну оцінку стану стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств за критеріями «відмінного», «нормального», «задовільного», «незадовільного» та «кризового» стану (табл. 1).

Характеристику виділених станів стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельних підприємств за рекомендованою методикою наведено в табл. 2.

Таким чином, запропонований науково-методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності торговельних підприємств характеризується низкою таких переваг:

- орієнтує процес оцінки конкурентоспроможності на прийняття стратегічних управлінських рішень, оскільки дозволяє визначити загальний стан стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства, що є підґрунтям для здійснення необхідних корегувань у поточному управлінні та обґрутування стратегії управління його конкурентоспроможністю;

- враховує прогнозний характер оцінок конкурентоспроможності, оскільки ґрунтуються на окремому дослідженні потенційних можливостей торговельного підприємства в суперництві з конкурентами та результатів застосування цих можливостей у конкуренції;

- дозволяє врахувати латентний характер показника рівня конкурентоспроможності торговельного підприємства, оскільки ґрунтуються на використанні методів багатовимірного статистичного аналізу та розробленої трирівневої системи показників оцінки (часткові, узагальнюючі та інтегральні), що характеризують різні аспекти прояву його переваг та недоліків у конкуренції;

- дозволяє виявити складові потенціалу торговельного підприємства, за якими воно характеризується стійкими конкурентними перевагами або, навпаки, відстae від своїх найближчих конкурентів, тобто піддається впливу конкурентного ризику, а також зробити їхню кількісну оцінку;

- ґрунтуються на використанні показників, які розраховуються на основі офіційної статистичної звітності торговельних підприємства та результатів маркетингових досліджень;

- є максимально адаптованим до специфічних рис та особливостей конкурентної боротьби в галузі торгівлі.

Результати застосування розглянутого науково-методичного інструментарію надалі слугуватимуть аналітичною основою визначення та реалізації напрямків удосконалення процесу стратегічного управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства.

Література

1. Сідун В. А. Методика інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємств торгівлі / В. А. Сідун, Ю. І. Тупчій // Економіка: проблеми теорії та практики [Текст] : зб. наук. пр. — Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. — Вип. 200, т. 3. — С. 799–805.
2. Фасхиев X. A. Как измерить конкурентоспособность предприятия? [Текст] / X. A. Фасхиев, Е. В. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2003. — № 4 (36). — С. 53–68.
3. Магомедов Ш. Метод оценки конкурентоспособности предприятия розничной торговли [Текст] / Ш. Магомедов, И. Койчакаев // Маркетинг. — 2007. — № 5 (96). — С. 91–102.
4. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности [Текст] : моногр. / С. И. Савчук. — Мариуполь : ИПРЭИ НАН України, Рената, 2007. — 520 с.
5. Савчук С. И. Оценка совокупного конкурентного давления на предприятие на рынке продукции [Текст] / С. И. Савчук // Економіст. — 2005. — № 10. — С. 64–68.

6. Смирнов Є. М. Методичний підхід до оцінки конкурентної результативності торгового підприємства / Є.М. Смирнов // Торгівля і ринок України [Текст] : темат. зб. наук. пр. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. — Вип. 29. — С. 300–310.
7. Смирнов Є. М. Теоретичні та методичні основи оцінки конкурентоспроможності підприємства / Є. М. Смирнов // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки [Текст] : наук. журнал. — Хмельницький : ХНУ, 2009. — № 4 (134), т. 2. — С. 130–135.
8. Смирнов Є. М. Методика оцінки конкурентоспроможності торгового підприємства [Текст] / Є. М. Смирнов // Торгівля і ринок України [Текст] : темат. зб. наук. пр. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. — Вип. 28, т. 3. — С. 72–81.

Бакунов О. О., Смирнов Е. М.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В СИСТЕМЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье разработан и обоснован научно-методический подход к оценке конкурентоспособности торгового предприятия, который позволяет определить состояние и направления стратегического управления конкурентоспособностью на основе комплексного исследования потенциальных возможностей предприятия в конкуренции и результата их реализации в конкурентной борьбе.

Ключевые слова: конкурентоспособность, стратегическое управление, конкурентная позиция, оценка, торговое предприятие.

Bakunov O. O., Smirnov E. M.

COMPETITIVENESS ESTIMATION IN TRADE ENTERPRISE STRATEGIC MANAGEMENT SYSTEM

The article proves the scientific and methodical approach for the trade enterprise competitiveness estimation which allows to define competitiveness strategic management condition and directions on the basis of complex research of potential possibilities of the enterprise in a competition and result of their realization in competitive struggle.

Keywords: competitiveness, strategic management, competitive position, estimation, trade enterprise.

УДК 65.011.8:005.95/.96:351.757

Самодай В. П., Руденко А. А.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті подано основні аспекти зарубіжного досвіду управління персоналом, охарактеризовано механізм управління персоналом та сформовано синтезоване поняття «управління персоналом». Управління персоналом потребує інноваційних підходів до підготовки кадрового потенціалу.

Ключові слова: готельне господарство, конкурентна боротьба, механізм управління персоналом, інноваційні підходи, кадрова служба.

Динамічний розвиток економіки України, високі темпи змін зовнішнього середовища та посилення конкуренції зумовлюють зростання ролі і значення персоналу як чинника підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Жорстку боротьбу витримують лише ті готелі, які можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. Персонал — це рушійна сила під час розв'язання проблем, пов'язаних з конкурентоспроможністю, економічним зростанням та ефективністю праці готельного господарства. Підготовка компетентного персоналу, здатного продуктивно працювати, кваліфіковано використовувати свої професійні якості — це головне завдання готелю, який зацікавлений у стабільному отриманні прибутків від споживачів готельних послуг.

Найважливішими передумовами забезпечення конкурентоспроможності готельних підприємств є високий кваліфікаційний та освітній рівень персоналу, ступінь відповідності його вимогам, що зумовлені організаційними і технічними умовами функціонування. За відсутності чіткого механізму управління персоналом, готельні підприємства не завжди забезпечують себе саме тими працівниками, які будуть найбільш ефективно працювати на робочих місцях. Під час прийняття на роботу, основними вимогами є наявність освіти і стажу, а основними методами — вивчення документів працівника та співбесіда. Такий підхід майже не дає інформації про потенціал працівника, його особисті якості та психологічні особливості, що не дозволяє моделювати процес його подальшої участі в розвитку та підвищенні конкурентоспроможності готельного господарства.

Зважаючи на вищезазначене, необхідно дослідити основні аспекти зарубіжного досвіду управління персоналом у готельній сфері, проаналізувати складові елементи механізму управління персоналом, що, у свою чергу дасть змогу розробити рекомендації щодо вдосконалення механізму управління персоналом у готельній індустрії.

Проблеми теорії, методології і практики управління персоналом були розглянуті у наукових працях зарубіжних і вітчизняних економістів, а саме: Е. О. Вильховченко, П. В. Журавльов, Дж. М. Іванцевич, А. А. Лобанов, С. Д. Синк, С. В. Шекшня, Ф. Хедоурі та ін. Окремі аспекти управління персоналом у готельному господарстві досліджували А. А. Бичкова, М. І. Кабушкина, А. Я. Кібанов, Г. А. Папірян та ін.

А. В. Бичкова розглядає управління персоналом як діяльність керівного складу організації, а також керівників і фахівців підрозділів системи управління персоналом, яка включає вирішення концептуальних, стратегічних, тактичних та оперативних завдань, пов'язаних з установленням кадрової політики і цілей, досягненням цих цілей [1].

Так, Е. О. Вильховченко під управлінням персоналом розуміє безперервний процес, спрямований на цільову зміну мотивації людей, щоб домогтися від них максимальної віддачі, а отже, високих кінцевих результатів [2].

Управління персоналом також можна розглядати як діяльність, що виконується на підприємствах і сприяє найбільш ефективному використанню людей (працівників) для досягнення організаційних та особистих цілей [5].

Аналіз останніх публікацій свідчить про недостатність дослідження механізму управління персоналом у готельній індустрії і необхідність визначення синтезованого поняття «управління персоналом» готельного господарства.

Мета статті: дослідити механізм управління персоналом готельного господарства, виділити напрями його оптимізації.

Для вирішення поставленої мети використали абстрактно-логічний, системно-структурний методи, метод синтезу.

Управління персоналом є процесом інтернаціоналізації сучасного менеджменту, переплетення різних його моделей, зокрема, американської та японської. Важливим етапом цього процесу є асиміляція ідей системного підходу, розробка різних моделей організації як системи, що не тільки функціонує, але й розвивається, на основі якої сформувався новий підхід у кадровому менеджменті — управління людськими ресурсами.

Американська модель передбачає початкове визначення відповідності професійно-кваліфікаційної моделі посади і підтягування спрямування до найбільш досвідчених, тих, хто обіймають конкретну посаду, працівників за схемою посада-працівник.

Японська модель передбачає початкову ідентифікацію сильних і слабких сторін особистості працівника, його потенційних можливостей на час прийняття та прогнозування професійного зростання в майбутньому, підбір для нього відповідного робочого місця (система «працівник–посада»).

Зазначені вище моделі відображені й у сфері готельної індустрії у вигляді «змішаної» системи управління людськими ресурсами, виходячи з найголовніших особливостей указаних моделей (табл. 1).

Особливості американської та японської систем управління персоналом готельного господарства

Американська модель	Японська модель
Персонал розглядається як основне джерело підвищення ефективності виробництва	Довгострокова перспектива роботи на одному підприємстві готельної індустрії
Підбір здійснюється за такими критеріями, як освіта, досвід роботи, психологічна сумісність, уміння працювати в колективі	Оплата праці визначається комплексно, з урахуванням віку, стажу роботи, освіти та здібностей до виконання поставленого завдання
Орієнтація на вузьку спеціалізацію менеджерів готельних послуг	Якість освіти та особистий потенціал робітника
Певна автономія працівників готельного господарства	Участь працівників у профспілках, що створюються в межах організації, а не галузі

В основі механізму управління персоналом сучасного готельного господарства є: посилення ролі людських ресурсів, знання мотиваційних установок персоналу, уміння їх формувати і спрямовувати відповідно до цілей організації, визначення основних функцій управління (рис. 1).

Аналіз системи управління персоналом підприємств повинен сприяти узгодженню принципів і цілей кадрової роботи з принципами і цілями всього підприємства, стратегією та етапом її розвитку. Під час аналізу проводиться моніторинг персоналу, оцінюється

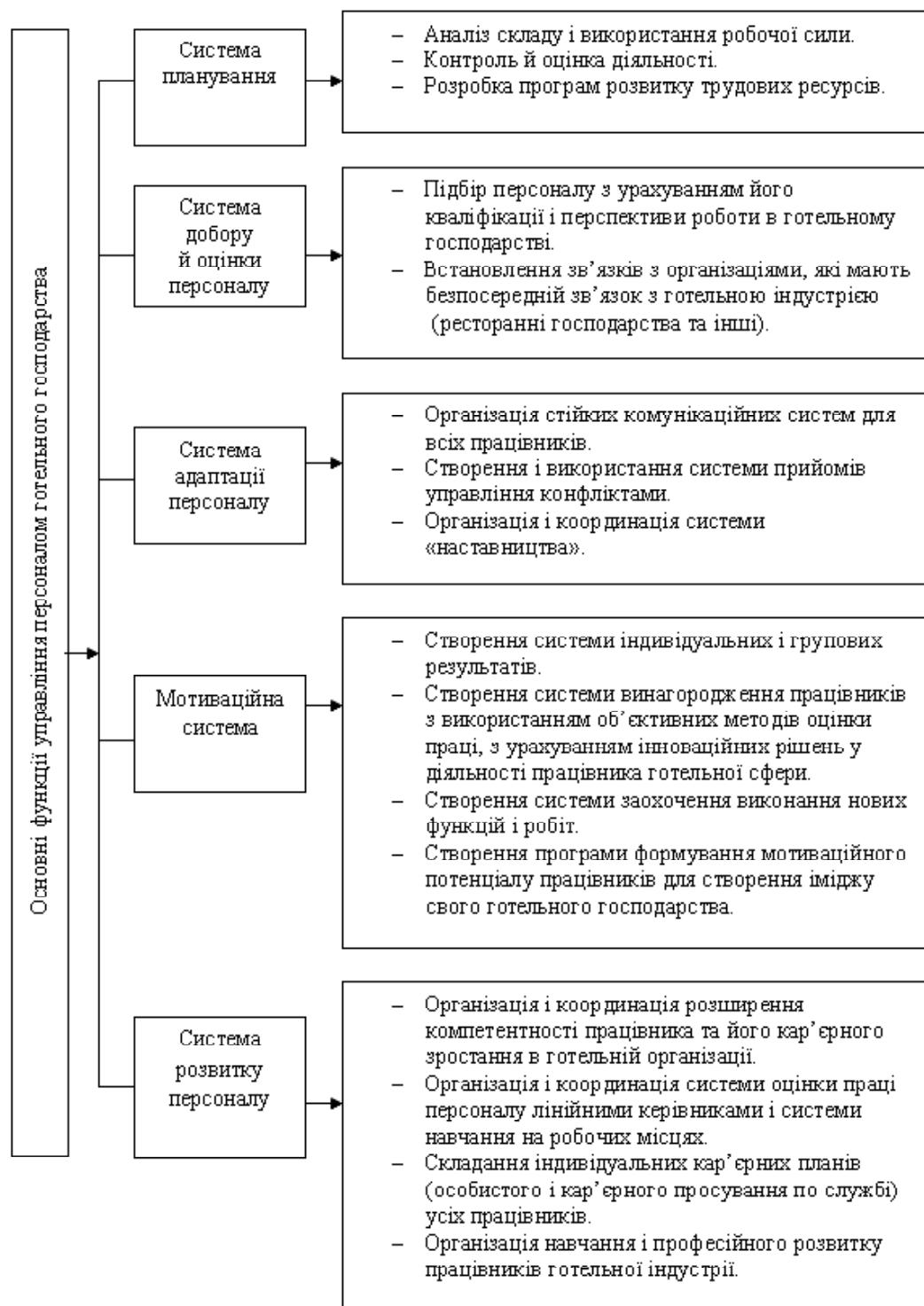


Рис. 1. Основні функції управління персоналом готельного господарства [6]

вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовищ, здійснюється діагностика і прогнозування кадрової ситуації [1].

Такі функції, як набір і підбір персоналу є найважливішими в системі управління персоналом готельного господарства і потребують визначення їх загальних особливостей.

тей на етапі формування команди (табл. 2). Слід звернути увагу на той факт, що підприємства, які працюють на перспективу, витрачають кошти на організацію навчання професійного розвитку працівників готельної індустрії та розширення компетентності персоналу і його кар'єрного зростання в готельній сфері.

Таблиця 2
Особливості функцій наймання і відбору персоналу готельного господарства

Система пошуку кадрів	Підбір кадрів	Відбір персоналу
Визначення необхідності в персоналі	Попередній відбір кандидатів	Випробувальний термін
Аналіз праці (розробка вимог до посади)	Первинна співбесіда Оцінка кандидатів	Оформлення трудового договору, медичний огляд
Пошук кандидатів	Перевірка документації	Наказ про прийняття на роботу

Служба, яка займається підбором і відбором персоналу в готелі, називається кадровою. Важливо, щоб ця служба була корисною у відборі і найманні робочої сили для готелю. Ефективність роботи кадрових служб залежить від взаємодії з іншими менеджерами всіх рівнів управління готелем.

Управління персоналом у готельних підприємствах включає планування, пошук персоналу і прийняття на роботу, розвиток і забезпечення персоналу, управління ним? від оформлення на роботу до закінчення відносин, що обумовлені у трудовому договорі. Кадрова служба є функціонально-допоміжним підрозділом готелю [5]. Як правило, працівники відділу кадрів (у великих готелях) виступають як експертні радники лінійних керівників під час вирішення питань про прийняття на роботу і звільнення, призначення на нову посаду та інші.

У міру ослаблення централізованої системи управління стали з'являтися принципово нові завдання, пов'язані з управлінням персоналом. Вирішення цих завдань вимагає абсолютно інших умінь і навичок, ніж тих, які використовувалися в минулому для ведення документації, складання звітів і зберігання трудових книжок. Саме тому, сьогодні багато працівників кадрових служб не можуть запропонувати керівництву готелю шляхів ефективного розв'язання проблем, пов'язаних з управлінням персоналом. З'явилася навіть нова професія менеджер по персоналу. Це самостійна група професійних менеджерів, головна мета яких підвищення виробничої, творчої віддачі й активності персоналу, розробка і реалізація програми розвитку кадрів готелю. Основними завданнями кадрових служб є:

- формування кадрів (планування, відбір і наймання, звільнення, аналіз плинності);
- розвиток персоналу (професійна орієнтація та перепідготовка, атестація та оцінка, організація просування по службі);
- удосконалення організації праці і її стимулювання.

Умови роботи різних готелів, діапазон кваліфікацій та спеціальностей, їх об'єднання у групи по відділах та за умовами праці є відмінними ознаками служби в готелях.

Планування персоналу — це одне із завдань кадрової служби. Суть планування полягає в тому, щоб готельне підприємство в потрібний час мало у розпорядженні необхідну робочу силу [3]. Планування персоналу містить такі етапи:

- виявлення потреби в персоналі;
- пошук персоналу;
- планування застосування кадрової політики;
- планування розвитку персоналу.

Оскільки в готелях обсяг попиту важко передбачити, і він часто нерівномірно розподілений, то витрати на персонал на підставі характеру надання послуг у більшості випадків мають невелику питому вагу в загальних витратах готелю. Тому основним показником, що необхідний для кількісного визначення потреби в персоналі готелю, є прогноз обсягу обороту (очікувана завантаженість готелю).

Найважливішою умовою ефективного функціонування готельного господарства є постійне вдосконалення системи підбору персоналу та формування синтезованого поняття «управління персоналом», яке включає:

- вироблення єдиного стандарту підбору персоналу готельного господарства, тобто виявлення ключових ознак «відповідних» кандидатів для роботи в готелі. Стандарт підбору дозволить поступово сформувати з персоналу організації єдину команду, уніфікувати корпоративну культуру, зробити процеси більш керованими і прогнозованими всередині компанії;

- доведення стандарту підбору до управлінських кадрів, яке виховання у керівників підрозділів відповідальності за ухвалені рішення про прийняття конкретного працівника;

- якісне інформування прийнятих в організацію кандидатів, яке полягає в наданні максимально коректної, чіткої інформації.

Удосконалюючи систему підбору кадрів готельного господарства, необхідно розробити заходи щодо вдосконалення системи подальшої адаптації нового співробітника [5].

За правильної організації адаптації співробітник швидше залучається до нової соціальної групи, знижується рівень тривожності, його потенційні можливості в основному спрямовані на створення продукту діяльності, а не на поповнення недостатньої інформації та переживання відособленості в колективі [4]. Ефективна адаптація дозволить знизити витрати готелю на прийняття нових співробітників, зекономити час керівників і знизити плинність кадрів, краще забезпечувати збереження конфіденційної інформації. Для того, щоб адаптація була ефективною, необхідні не тільки активність, професійна свідомість самого співробітника, проведення організаційних заходів і достатня поінформованість. Потрібно, щоб людина, яка буде помічником для співробітника в адаптаційний період, володіла певними соціально-психологічними якостями, такими, як уміння слухати співрозмовника, уважність, лояльність і відсутність категоричності, навички презентації, ораторські здібності, емоційна компетентність.

Найбільш ефективним методом адаптації персоналу є наставництво. У результаті регулярних контактів менеджера-наставника з новим працівником можна зробити висновок про ефективність адаптації за такими показниками, як відсутність напруження, страху, які раніше викликала робота, ініціативність співробітника, його зацікавленість в підвищенні кваліфікації, установлення дружніх зв'язків з колегами по роботі.

Такі нововведення допоможуть знизити плинність кадрів, підвищити продуктивність праці, культуру управління, узгодити роботу всіх підрозділів, скоротити втрати робочого часу, покращити рівень трудової дисципліни та збільшити обсяг виробництва і впливати на якість продукції.

Американська та японська моделі управління персоналом відображені у сфері готельної індустрії у вигляді змішаної системи управління людськими ресурсами. Для дослідження механізму управління персоналом розглянули його основні функції: система планування, система підбору й оцінки персоналу, система адаптації персоналу, мотиваційна система та система розвитку персоналу. Визначено, що найважливішою умовою ефективного функціонування готельного господарства є постійне вдосконалення системи підбору персоналу готельного господарства та формування синтезованого поняття «управління персоналом». Кожен керівник готельного господарства повинен розуміти,

що управління персоналом — це внутрішня рушійна сила організації, яка забезпечує продуктивну життєдіяльність усіх його структурних підрозділів.

Перспективи подальшого розвитку слід спрямовувати на детальне дослідження основних складових механізму управління в готельному господарстві та формування інноваційних заходів щодо вдосконалення процесу управління персоналом.

Література

1. Бычкова А. В. Управление персоналом [Текст] / А. В. Бычкова. — Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2005. — 200 с.
2. Вильховченко Э. О. О «постстейлоризме» и «человеческом капитале» [Текст] / Э. О. Вильховченко . — М. : МЭ и МО, 1998. — № 11. — С. 3–5.
3. Виханский О. С. Менеджмент [Текст] / О. С. Виханский, А. И. Наумов. — М. : ЮристЪ, 1998. — 271 с.
4. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации [Текст] / А. Я. Кибанов. — М. : ИНФРА-М, 2005. — 638 с.
5. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации [Текст] / А. Я. Кибанов. — М. : ИНФРА-М, 2010. — 695 с.
6. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту [Текст] / Х. Й. Роглев. — К. : Кондор, 2009. — 408 с.

Самодай В. П., Руденко А. А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Динамическое развитие экономики Украины, высокие темпы изменений внешней среды и усиление конкуренции обуславливают рост роли и значения персонала как фактора повышения конкурентоспособности гостиничного хозяйства. Жесткую борьбу выдерживают только те гостиницы, которые могут предложить своим клиентам высококачественное обслуживание, а это невозможно без профессионально подготовленного персонала. В работе представлены основные аспекты зарубежного опыта управления персоналом, охарактеризован механизм управления персоналом и сформировано синтезированное понятие «управление персоналом». Управление персоналом требует инновационных подходов к подготовке кадрового потенциала.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, конкурентная борьба, механизм управления персоналом, инновационные подходы, кадровая служба.

Samoday V. P., Rudenko A. A.

IMPROVEMENT OF MECHANISM OF MANAGEMENT OF THE PERSONNEL HOTEL AGRICULTURE

The dynamic development of economy of Ukraine, the high rates of changes in the external environment and increased competition determine the growth of the role and significance of the personnel as the factor of increase of competitiveness of the hotel industry. Tough fight withstand only those hotels that can offer its customers high-quality service, which is impossible without the professionally trained staff. The paper presents the main aspects of the foreign experience of management of the personnel, described the mechanism of management of the personnel and form a composite term «personnel management». Personnel management requires innovative approaches to the preparation of personnel potential.

Keywords: hotel management, competitive struggle, mechanism of personnel management, innovative approaches, personnel service.

УДК: 379.85

Городня Т. А.

ПРИТАМАННІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНИХ СТРУКТУР

В статті висвітлено питання становлення туристичних ресурсів, розглянуто основні види туристичних ресурсів, їх різноманітність, складена ієрархічна структура формування туристичного продукту, інтерпретація риси невідчутності та зворотного напрямку туристичного продукту.

Ключові слова: туристичні ресурси, туристичний продукт, сфера послуг, туристична зона, туристичний контингент, рекреаційні ресурси.

Індивідуальність туристичної індустрії та значна відмінність її від інших господарських структур виробництва товарної продукції потребує спеціального наукового підходу до організації та управління процесом обслуговування в сфері туристичних послуг.

Це пов'язано з наступними основними характерними проблемами цієї галузі:

- сезонний характер попиту на туристичні продукти;
- неможливість накопичення запасів туристичного продукту;
- віртуальний характер реалізації туристичного продукту.

Тому головною платформою формування та становлення туристичного продукту, його генезису, є туристичні ресурси, від яких залежить окреслена туристична зона для відпочинку туристичного контингенту, для якого реалізується туристичний продукт.

Дослідженнями з питань визначення туристичного продукту в сфері послуг займалися: Г. Алейнікова, О. Бобарікіна, М. Борущак, А. Гайдук, Н. Жукова, В. Кифяк, О. Любіцьєва, І. Мініч, А. Мокляк, О. Моран, І. Сидоренко, О. Сударкін, І. Черніна, І. Школа. Дослідження проблем рекреації та рекреаційного комплексу висвітлюють у своїх працях В. Гетьман, О. Гулич, А. Єфремов, О. Ільїна, В. Калитюк, В. Мацола, М. Нудельман, В. Павлов та інші. Теоретичні положення еволюції та сутність туризму отримали своє відображення в працях вітчизняних вчених: Антонюка Н. В., Доброльської А. Б., Забалдіної Ю. Б., Любіцької О. О., Мальської М. П., Пазенка В. С., Сокола Т. Г., Ткаченко Т. І., Федорченка В. К., Школи І. М. та багатьох інших.

Формування аспектів становлення туристичних ресурсів є важливим для підвищення ефективності сфері послуг, удосконалення та підвищення якості обслуговування туристичного контингенту. Актуальність визначення туристичного продукту в сфері послуг туристичних структур на сьогоднішній момент не послабішала, а навпаки, стала суттєво впливати на економіку в умовах становлення та розвитку ринкових відносин.

Формування сукупності туристичних ресурсів в єдине ціле складає притаманну квінтесенцію туристичного продукту. Але туристичні ресурси не мають сталої класифікації, що обумовлено постійною зміною їх характеристик та ознак, а також існуванням різноманітності декотрих видів туристичних ресурсів. Проте, незважаючи на таку нестабільність, існують основні складові туристичних ресурсів — природні, штучні та людські, що відображені на рис.1.

Як видно з рис. 1, туристичні ресурси мають форму матеріального характеру (природні і штучні) і сервісну форму соціально-культурного характеру з людським фактором впливу в сфері туристичних послуг.

Така класифікація не має чітких меж між складовими туристичних ресурсів, тобто існують деякі види ресурсів, які належать до декількох складових цих ресурсів одночасно. Наприклад, катакомби або пам'ятки є результатом взаємодії природних

та людських факторів, а таке поняття як «рекреація» може бути у складі будь-якої складової туристичних ресурсів, як це відображенено на рис.2.



Рис. 1. Основні види туристичних ресурсів

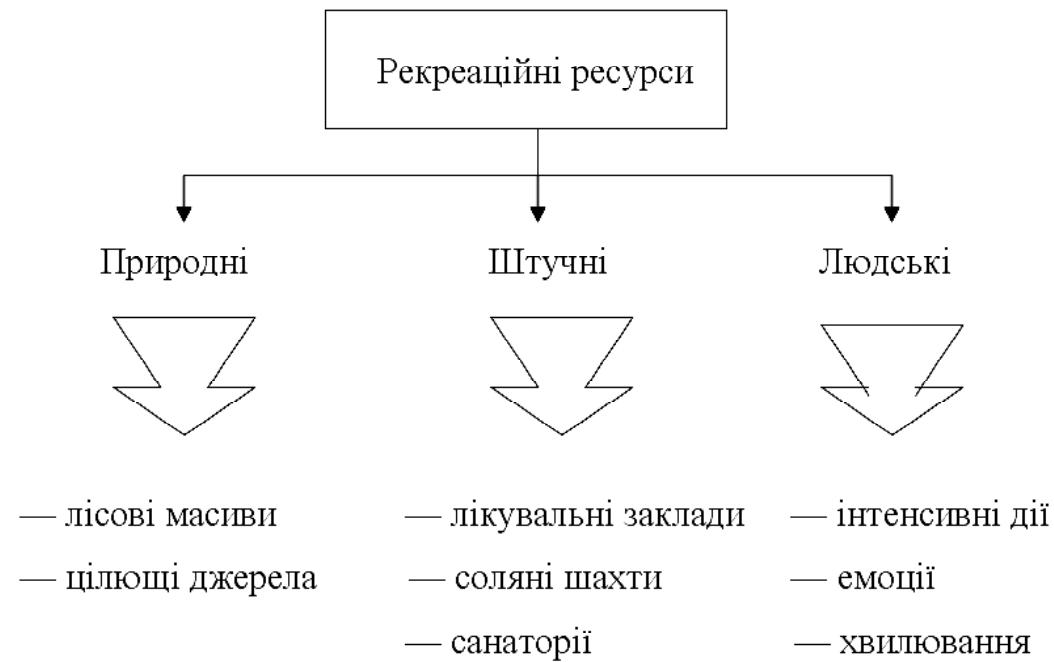


Рис.2. Різноманітність рекреаційних ресурсів

До природних ресурсів належать комплекси живої та неживої природи. Таким ресурсам, на жаль, притаманні елементи руйнування в процесі їх споживання, які пов'язані з порушенням екологічного стану і часто носять характер вичерпаності. Тому до таких ресурсів треба ставитись обережно, з заощадженням, і не перевищувати доцільних меж їх відтворення.

Щодо штучних ресурсів, то вони потребують моніторингу за їх станом, постійного оновлення, інновацій та інвестицій на їх розвиток.

Нині людські ресурси стають суттєвим потенціалом і розглядаються як стратегічний ресурс в конкурентній боротьбі ринкового середовища.

Якщо розглядати туристичні ресурси за характером їх використання, то можливі такі напрямки:

- природні та штучні ресурси надають немовні туристичні послуги;
- людські ресурси надають мовні туристичні послуги.

В сукупності ці два напрямки туристичних послуг складають загальний туристичний продукт. Причому туристичні ресурси немовного характеру окреслюють оболонку за часом або у просторі, в якій виконуються мовні туристичні послуги. Тому туристичний продукт доцільно вважати як сукупність послуг мовного і немовного характеру в сфері туристичного обслуговування при можливостях ресурсів природного, штучного та людського характеру.

Таким чином, туристичний продукт формується за ієрархічною схемою, яка наведена на рис. 3.

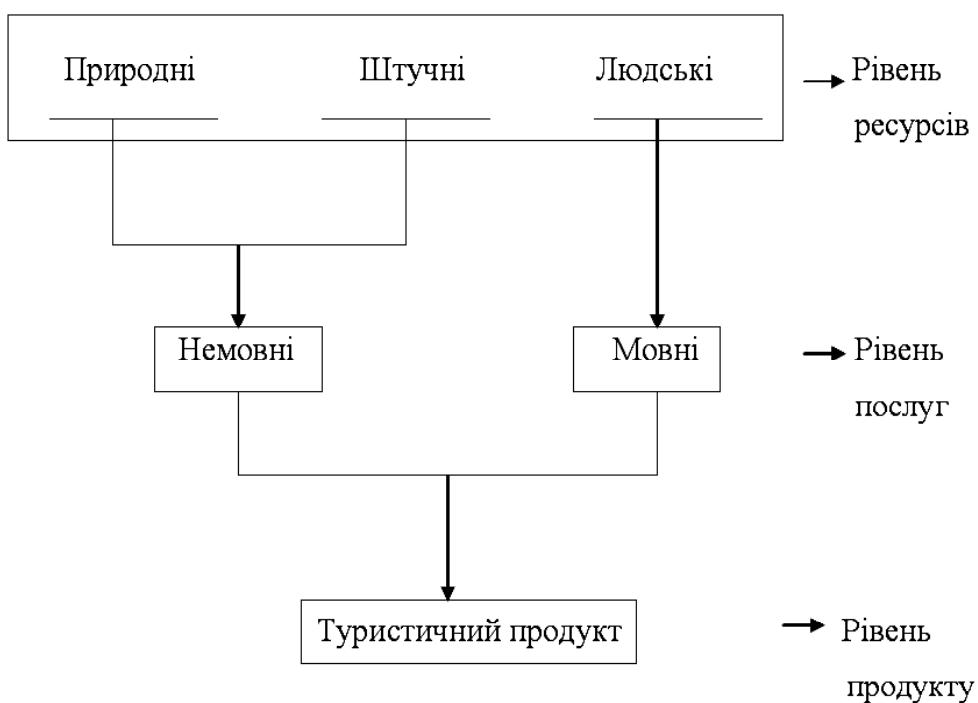


Рис. 3. Ієрархічна структура формування туристичного продукту

Зауважимо, що на даний час не існує єдиного тлумачення щодо ідефініції туристичного продукту, тому здійснюється постійне доопрацювання та вдосконалення характерних його рис [1; 3; 4; 5; 7].

Інтерпретація особливості туристичного продукту наведена на рис. 4.

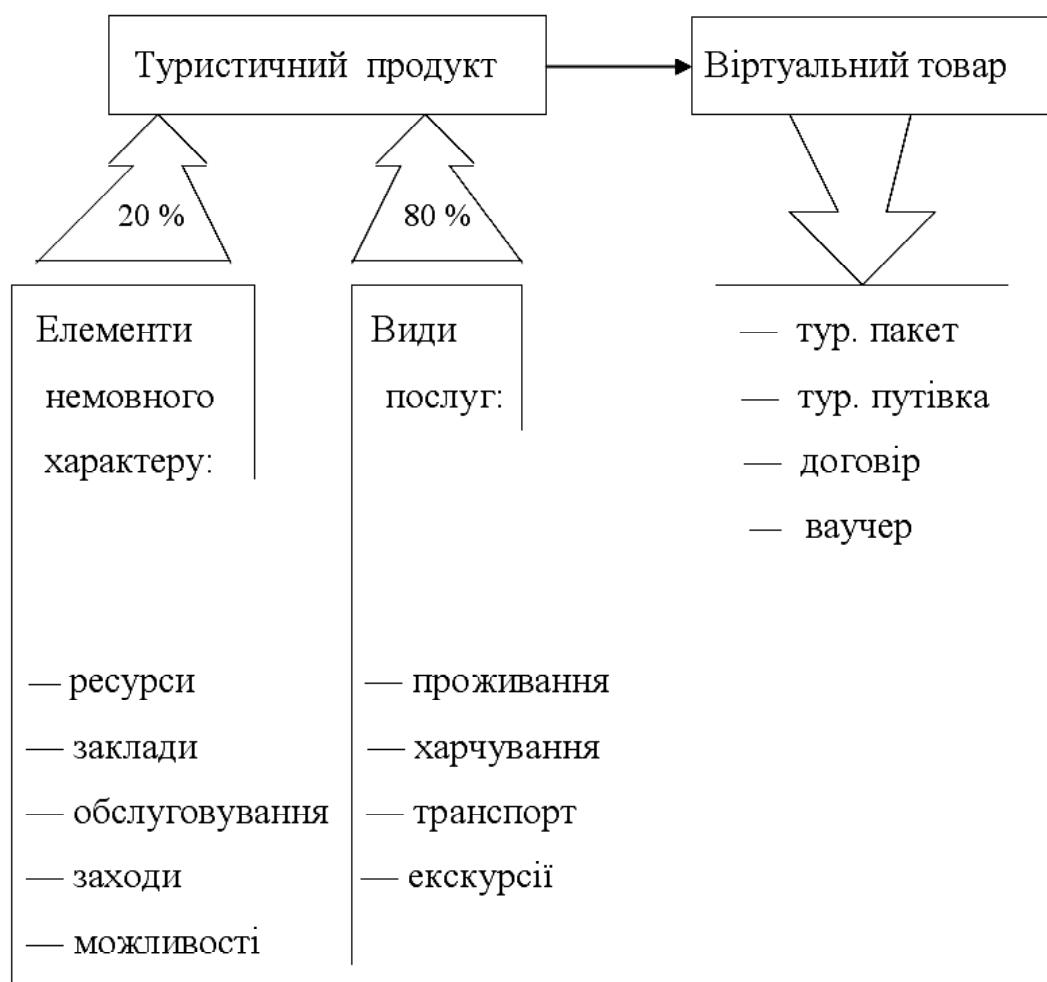


Рис. 4. Інтерпретація риси невідчутності туристичного продукту

Суттєвою відмінністю туристичного продукту від традиційної товарної продукції виробничих структур є його віртуальність, тобто на ринку збути туристичний продукт реалізується у формі віртуального (умовного) товару. Як показує практика, туристичний продукт складається з 80 % і більше туристичних послуг, а 20 % належать до заходів немовного характеру, які допомагають виконувати туристичні послуги в окресленій зоні туристичного відпочинку [2].

Тому доцільно туристичний продукт ототожнювати з комплексом туристичних послуг, які надають туристам в динаміці протягом означеного періоду відпочинку відповідно з договірними зобов'язаннями.

Ознака невідчутності туристичного продукту в період оформлення документальних угод є для клієнта, безумовно, ризиковою інвестицією, тому що оплата за відпочинок передує фактичній реалізації туристичних послуг. Тому таку довіру клієнта туристична структура повинна повністю і якісно виправдати під час прибуття туристів на місце відпочинку.

Крім того, ще однією суттєвою різницею між туристичним продуктом та товарною продукцією є зворотній напрямок реалізації товару, як показано на рис. 5.

Тобто не туристичний продукт спрямований на туриста, а сам турист безпосередньо прямує до туристичного продукту.

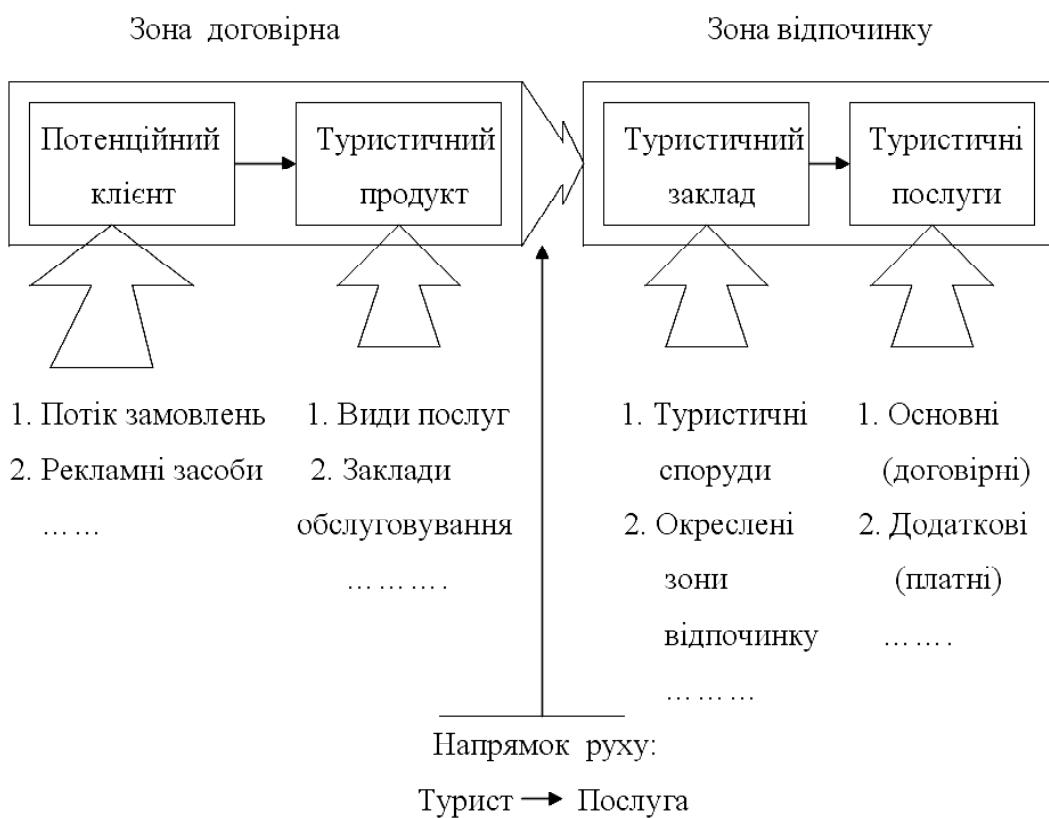


Рис. 5. Інтерпретація риси зворотного напрямку туристичного продукту

Таким чином, підсумовуючи наведене вище, ми з'ясували, що туристичний продукт — це сукупність послуг мовного і немовного характеру в сфері туристичного обслуговування за наявності ресурсів природного, штучного та людського характеру. Відмінністю туристичного продукту від традиційної товарної продукції виробничих структур є його віртуальність, а також зворотній напрямок реалізації товару.

Отже, туристичний продукт — це сервісний продукт у вигляді сукупності туристичних послуг, які для продажу об'єднуються у договірну форму і реалізуються згідно з наявними туристичними ресурсами поступово безпосередньо в зоні відпочинку туристичного контингенту.

Подальше дослідження основних видів туристичних ресурсів та різноманітності рекреаційних ресурсів дадуть можливість точніше провести структуризацію формування туристичного продукту під час надання якісного туристичного продукту.

Література

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [Текст] : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. — К. : Знання України, 2006. — 352 с.
2. Алексунін В. А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности [Текст] : учеб. / В. А. Алексунін. — М. : Дашков и К, 2002. — 614 с.
3. Євдокімова Н. М. Економічна діагностика [Текст] : навч.-метод. посіб. / Н. М. Євдокімова, А. В. Кірієнко. — К. : КНЕУ, 2006. — 110 с.
4. Корягін Ю. О. Маркетинг туристичного продукту [Текст] : підруч. / Ю. О. Корягін, З. І. Тимошенко. — К. : Кондор. — 394 с.

5. Кіфяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] : навч. посіб. / В. Ф. Кіфяк. — Зелена Буковина, 2006. — 214с.
6. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) [Текст] : навч. посіб. / О. О. Любіцева. — К. : Альтерпрес, 2003. — 436 с.
7. Путецьло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства [Текст] : навч. посіб. / П. Р. Путецьло. — К. : ЦУЛ, 2007. — 344 с.

Городня Т. А.

ПРИСУЩИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В СФЕРЕ УСЛУГ ТУРИСТИЧЕСКИХ СТРУКТУР

В статье освещены вопросы становления туристических ресурсов, рассмотрены основные виды туристических ресурсов, их разнообразие, составленная иерархическая структура формирования туристического продукта, интерпретация черты неоценимости и обратного направления туристического продукта.

Ключевые слова: туристические ресурсы, туристический продукт, сфера услуг, туристическая зона, туристический контингент, рекреационные ресурсы.

Gorodnia T. A.

THE INHERENT ASPECTS OF THE ESTABLISHMENT OF TOURISM RESOURCES AND THE TOURISM PRODUCT IN THE SPHERE OF THE SERVICES OF TOURIST STRUCTURES

The article highlights the issues of formation of tourist resources, addressed the main type of tourism resources, their diversity, and prepared the hierarchical structure of formation of a tourist product, the interpretation of the features of not the existence of the reverse directions of the tourist product.

Key words: tourist resources, tourist product, the scope of services, the tourist zone of tourist contingent, recreational resources.

УДК 659.127.6.005.936.3:338.48

Самодай В. П., Омеляненко О. М.

ФОРМУВАННЯ БРЕНДА ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ ПЕРЕВАГИ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОГО ПРОФІЛЮ

У статті розглянуто історичні, методологічні та теоретичні аспекти формування бренда, запропоновано шляхи вдосконалення бренда як стратегічної переваги підприємства туристичної сфери.

Ключові слова: туризм, бренд, брендинг, імідж, торгова марка, підприємство, конкурентні переваги.

Впливовим фактором формування споживчих переваг на туристичному ринку є наявність у послуги «імені», що користується популярністю серед клієнтури туристичної галузі. Торгова марка припускає реалізацію філософії впровадження такого «імені» із застосуванням механізму маркетингових комунікацій, що дозволяє забезпечити сподівання споживачів послуги та виправдати їх очікування. Бренд є символом стабільності властивостей і характеристик, якості її надання споживачам. Туристичне підприємство, зобов'язуючись надати споживачеві туристичний продукт або послугу, бере на себе відповідальність щодо унікальних властивостей цього товару та суттєвих переваг перед його аналогами.

Під час процесу формування туристичного бренда визначається унікальна концепція, яка включає в себе комплекс дій, що здатні спрямувати її на формування реальної переваги перед конкурентами і яка зберігає свої властивості протягом тривалого проміжку часу. Сучасні науковці акцентують увагу на тому, що термін життя бренда перевищує навіть час існування самої компанії, яка надає послугу чи виробляє певний продукт. Тому, одним із напрямів підвищення конкурентоспроможності будь-якого підприємства, зокрема туристичного, є розробка та просування «сильного» бренда. Для його впровадження необхідно сформувати цінності, завоювати довіру споживача та створити умови для індивідуальності й ідентифікації торгової марки, а також забезпечити юридичний захист.

Тема брендінга в економіці порівняно молода. Вивченню поняття «бренд» і його значення для розвитку компанії присвятили багато фахівців. Лідеруючі позиції належать вітчизняним та зарубіжним спеціалістам з маркетингу і бренд-менеджменту, серед яких: Д. А. Аакер, Томас Гед, Є. П. Голубков, О. В. Гусєва, Ж.-Н. Капферер, К. Келлер, С. Коптев, Ю. Любашівський, Т. Нільсон, Е. Райс, Д. Траут, В. П. Третяк, Г. Л. Тульчинський. Дослідженням брендінга, як складного процесу створення бренда, присвятили свої праці такі провідні фахівці у сфері маркетингу, як Л. Чернатоні, Ф. Котлер, Т. Левітт та ін.

Мета статті — дослідити туристичний бренд та його основні характеристики. Для цього необхідно розглянути та проаналізувати основні аспекти формування бренда в діяльності туристичних підприємств, створити авторське визначення розуміння «бренду» і виявити тенденцію до підвищення конкурентоспроможності закладів туристичного профілю від формування бренда як стратегічної переваги зазначененої сфери діяльності.

На сучасному етапі світового розвитку українські підприємства багато у чому не пристосовані до жорсткої світової конкуренції, причинами чого є: пострадянські принципи ведення діяльності, недостатня внутрішня конкуренція, невисока якість продукції та недосконалість упровадження принципів менеджменту і маркетингу на практиці.

Одним із найголовніших питань, якими повинна займатися компанія, що прагне мати стійкі конкурентні позиції на ринку, є перетворення зареєстрованої торгової марки у бренд.

Поняття «брэнд» походить від давньонорвезького слова, що означає «ставити клеймо» [5]. Спочатку це поняття використовувалося для того, щоб позначити джерело, виробника або власника певного продукту. Також це поняття призначалося для таврування овець, коней, великої рогатої худоби та інших свійських тварин. В процесі розвитку суспільства, слово «брэнд» почали вживати для того, щоб відокремити одного виробника від іншого, якщо вони займались виготовленням подібних продуктів (речей). І тому, уже з виникненням ринкових відносин, бренди стали осередком реклами. На сьогоднішній день поняття «брэнд» уживається, в основному, до продавця продукту (послуги) або для ідентифікації самого виробника. За своєю суттю бренди — унікальні, вони є об'єктами купівлі-продажу, на деякий проміжок часу, за певних умов, їх можна здавати в оренду, а також захищати на національному і світовому рівнях.

Вважається, що синонімом поняття «брэнд» є «торгова марка». Відображення цього терміна є у засобах масової інформації як синонім «товарного знака», але на думку спеціалістів-патентознавців, це судження не зовсім коректне [3]. Відмінність торгової марки і бренда полягає в тому, що перша може мати високий товарообіг, а другий — повинен давати високий прибуток. Торгова марка — це поняття, яке відрізняє товари (послуги) одних осіб від споріднених товарів (послуг) інших, призначена для реклами цих товарів (послуг), полегшення вибору споживачами товарів (послуг) певної якості [2].

Торгова марка посідає значну позицію в заходах маркетингу і продаж. У споживачів, зазвичай, поняття «брэнд» асоціюється із високим класом послуги. А для підприємств — це впливовий аргумент успіху в бізнесі, що пов'язано з авторитетом позиціонування на ринку послуг туристичної індустрії. Споживачі надають перевагу конкретним торговим маркам, які, зазвичай, відповідають пріоритетам тієї чи іншої послуги або продукції. Присутність відомого бренда в конкретній туристичній компанії допомагає підняти її авторитет на національному і світовому ринках, сприяє можливості входження в міжнародні системи резервування і бронювання, а також в міжнародні програми [4].

Формування «сильного» бренда є складним процесом, сутність якого — у виборі об'єкта брендинга. З'ясовано, що на практиці доцільніше спрямовувати більше зусиль організації-виробника на створення позитивного образу, відповідно у споживчій сфері — актуалізується імідж послуги. Щодо створення послуги, що відповідає запитам споживачів, то можна застосувати два шляхи: кардинальні перетворення споживчих властивостей тієї послуги, що існує і способи її вдосконалення [1].

Необхідним є розрізнення психологічної цінності (впливовості бренда) і оцінки дисконтованих майбутніх грошових потоків (фінансової вартості бренда). Грамотно проведенні рекламні акції значним чином впливають на актуальність торгових марок компаній, що афішуються у мережі Інтернет і на популярність їх сайтів.

Американська асоціація маркетингу запропонувала правове визначення, що знайшло відображення у законах більшості країн: «Ім'я, термін, знак, символ, дизайн або комбінація всього цього, призначені для ідентифікації товарів або послуг одного продавця або групи продавців, а також для відмінності товарів чи послуг від товарів або послуг конкурентів» [6]. Як бачимо у визначенні не зазначена прив'язка бренда до людини, яка створила (використовує) цей бренд.

У сукупності бренд — це одне ціле, яке включає перелік різних елементів (рис. 1.) [6].

Єдиної думки щодо значення поняття «брэнд» у науковців не існує. Одні розуміють під цим поняттям назву, символ, дизайн, інші — мають на увазі популярну торгову марку або товарний знак. Незважаючи на всі розбіжності, не викликає сумнівів те, що бренд має пріоритетні позиції в бізнесі.

Науковці і дослідники висловлювали різні думки щодо визначення поняття «брэнд» (табл. 1.).

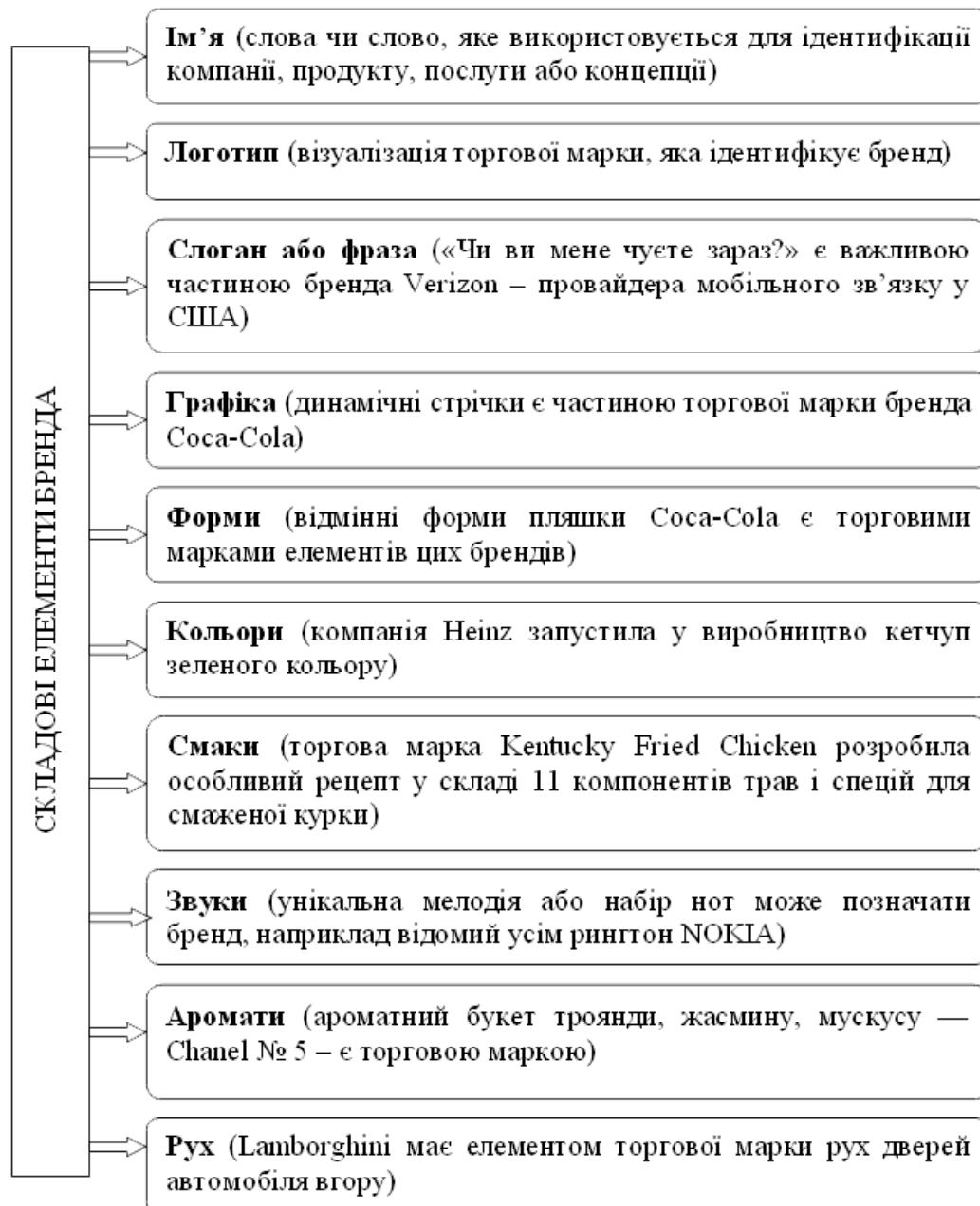


Рис. 1. Складові елементи бренда

У загальному розумінні бренд — це товарний знак, який, завдяки вдалим маркетинговим процедурам, здобув популярність і загальновизнаність. Відповідно, брендинг — це діяльність зі створення переваги товару на тривалий термін часу, що засновується на вагомому впливі на споживача товарного знака рекламних елементів, які поєднуються однією ідеєю і оформленням, що виокремлюють товар або послугу серед конкурентів і формують його цілісний образ. На думку фахівців брендменеджерів, терміни «бренд» і «брендинг», суворо кажучи, не правові, вони є поняттями, що застосовуються у середовищі споживачів для просування товарів на ринок [3].

Бренд — інструмент формування довгострокових конкурентних переваг підприємства. Для споживачів важливими є почуття надійності, задоволення їх потреб

Таблиця 1
Трактування поняття «брэнд» різними авторами

Автор	Трактування
Девід Огілві, засновник рекламних агентств «Ogilvi & Mather», «Ogilvi PR», успішний комітейтер (США)	Бренд – це невловима сума властивостей продукту: його імені, упаковки й ціни, його історії, репутації і способу рекламиування. Бренд є сукупністю вражень, які він викликає у споживачів.
Джеймс Грерорі, з книги «Leveraging the Corporate Brand» (США)	Бренд – це не річ, продукт, компанія або організація. Бренди не існують в реальному світі – це ментальні конструкції. Бренд найкраще описати як суму всього досвіду людини. її сприйняття речі, продукту, компанії або організації. Бренди існують у вигляді свідомості певних людей чи суспільства [2].
Чарльз Браймер, генеральний менеджер «Interbrand Schecter» (США)	Бренд визначається як торгова марка, яка в очах споживача вибирає в себе чіткий і значущий набір цінностей та атрибутів. Продукт стає брендом лише в тому випадку, якщо він набуває безлічі відчутливих, невідчутливих і психологічних чинників. Головне, про що варто пам'ятати, – бренди не створюються виробником. Вони існують тільки у свідомості споживача [6].
Девід Алессандро, генеральний менеджер «John Hancock», з книги «Brand Warfare: 10 Rules for Building the Killer Brand»	Бренд – це більше, ніж реклама або маркетинг. Це все, що спадає на думку людині щодо продукту, коли вона бачить його логотип або чує назву [2].
Пол Фелдвік, виконавчий директор зі стратегічного планування «BMP DDB», міжнародний директор з брендинг-планування «DDB»	Бренд – це набір асоціацій в уяві споживача [5].
Леслі Чернатоне, професор «Brand Marketing», автор кількох книг з брендинга	Ідентифікований продукт, сервіс, особистість або місце, створені таким чином, що споживач або покупець сприймає унікальну додану цінність, яка відповідає його потребам найкращим чином.
Франц-Рудольф Еш, професор кафедри маркетингу університету м. Гіссен, Німеччина, директор Інституту дослідження брендів і комунікацій	Бренди – це образні уявлення, збережені в пам'яті зацікавлених груп, які виконують функції ідентифікації і диференціації, визначають поведінку споживачів під час вибору продуктів і послуг [2].
Жан-Ноель Капферер, професор стратегії маркетингу у Школі менеджменту НЕС, Франція	Бренд – ім'я, що значним чином здійснює вплив на поведінку ринкових споживачів/покупців [6].
Ігор Олександрович Шслеп, НГТУ, кафедра зв'язків з громадськістю	Бренд – це уявлення про товар, який має низку безумовних характеристик, причому тільки наявність усієї їх сукупності дозволяє стверджувати, що цей товар може вважатися «брэндом». Виділити слід наступні характеристики: <ul style="list-style-type: none"> – гарантована якість; – загальновідомість; – престижність; – загальнодоступність (з точки зору можливості здійснення покупки); – наявність значної кількості лояльних покупців; – відомі назва і логотип; – глобальна поширеність певної торгової марки. Саме сукупність усіх цих якостей несе в собі додаткову споживчу вартість, що характеризується поняттям «брэнд».
Попов Ілля Борисович, провідний економіст (Росія)	Бренд – це форма існування граничної корисності у сприйманні світу [5].

від надання послуги чи використання товару. Значна роль при цьому належить поінформованості, доступній ціні, високій якості, інноваційні та комунікативні підтримках, вишуканості, престижу, глобальним зв'язкам.

Виходячи з вищезазначеного, доцільним є визначення авторського поняття «брэнд», згідно з яким бренд — це інформація, спрямована на споживача певного продукту чи послуги, втілена символічно і яка включає логотип, назву та інші візуальні елементи. Обов'язковою умовою успішної життєдіяльності бренда є дотримання фірмового стилю, складовими якого є: назва продукту, логотип, слоган (фраза), графічне зображення, форми, кольори, аромати, смаки, звуки. Щодо бренда в туризмі, то це системне поняття, яке характеризує стратегію конкурентних переваг туристичного продукту, перспективність розвитку туристичної сфери та максимальне одержання соціально-економічних вигод.

Проаналізовано поняття «брэнд» різними фахівцями галузі маркетингу та брендменеджменту, а також подано авторське визначення цього поняття, виходячи з якого можна зазначити, що важому роль у виборі споживачем певного бренда відіграють поінформованість, доступна ціна та висока якість, підтримка в галузях інновацій та комунікацій, вишуканість, престиж, глобальні зв'язки. Щодо формування бренда в туризмі, то актуальним є привабливість конкретного туристичного продукту чи послуги, завдяки бренду формується пріоритетна стратегія характерних переваг.

Зауважимо, що бренд має бути унікальним; це ім'я, заради якого споживач готовий заплатити більше або ж віддати перевагу саме цьому продукту. В умовах глобалізації, саме брендові продукція здатна конкурувати на світовому ринку. Для України, яка прагне євроінтеграції, стратегічно важливим є створення нових брендів та просування вже сформованих.

Установлено, що для позиціонування себе як успішного гравця на ринку потрібно розвивати та вдосконалювати безпосередні складові бренда, що є основними в побудові позитивного іміджу туристичної компанії. Бренд має відповісти тому рівню якості, на який очікує споживач. Якість повинна бути сталою або постійно покращуватися. Проте, багато виробників під час первинного просування бренда випускають продукцію чи надають послугу з високим рівнем якості, а потім поступово знижують її для зменшення собівартості. І, тому, це може підірвати довіру споживача до бренда, що негативно позначиться на подальшій діяльності туристичної фірми. Продукція чи послуга мають бути доступними і забезпечуватися надійною системою роздрібної торгівлі чи реалізації послуги.

За умов глобалізації у жорсткій конкуренції виживає лише та компанія, яка найоперативніше реагує на настрої споживачів. Тому, виникає необхідність створення спеціальних апаратів моніторингу ринку та реагування на зміни в ньому. Це дозволить українському бренду тримати марку на внутрішньому ринку та виходити на міжнародні позиції.

Література

1. Создание торговой марки: опыт десяти наиболее успешных британских практиков [Текст] / под ред. Д. Коули. — М. : Консалт. группа «ИМИДЖ-Контакт» ИНФРА-М, 2002. — 240 с.
2. Торгова марка — це бренд чи логотип? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://www.tm24.com.ua/ua/details/page_29/](http://www.tm24.com.ua/ua/details/page_29/).
3. Цапенко А. М. Товарный знак в системе брендинга информационных технологий [Текст] / А. М. Цапенко, Е. А. Данилина. — М. : ИНИЦ «Патент», 2007. — 220 с.
4. Чудновский А. Д. Управление индустрией туризма [Текст] : учеб. пособ. / Чудновский А. Д., Жукова М. А., Сенин В. С. — 2-е изд. — М. : КНОРУС, 2005. — 448 с.

5. Beyond Name and Logo: Other Elements of Your Brand [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www. URL: <http://merriamassociates.com/2011/09/beyond-name-and-logo-other-elements-of-your-brand/?DCMP=ILC-SEARCH>.

6. Mark Ritson on branding: Norse fire smokes out bland brands [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www. URL: <http://www.marketingmagazine.co.uk/news/534969/Mark-Ritson-branding-Norse-fire-smokes-bland-brands/?DCMP=ILC-SEARCH>.

Самодай В. П., Омельяненко О. Н.

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ

В статье рассмотрены исторические, методологические и теоретические аспекты формирования бренда, предложены пути совершенствования бренда как стратегического преимущества предприятия туристической сферы.

Ключевые слова: туризм, бренд, брендинг, имидж, торговая марка, предприятие, конкурентные преимущества.

Samoday V. P., Omelianenko O. N.

CREATE A BRAND AS A STRATEGIC ADVANTAGE OF THE COMPANY TOURIST PROFILE

The historical, methodological and theoretical aspects of the brand, the ways to improve the brand as a strategic business benefits of tourism.

Keywords: tourism, brand, branding, image, brand, business, competitive advantages.

УДК 338.487

Вівчарук О. М.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розглянуто сутність понять «конкурентоспроможність підприємства» та «рейтинг підприємства» на ринку. Визначено особливості, що забезпечують належний рівень конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та узагальнено методи для його оцінки.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство ресторанного господарства, рейтинг, методи оцінки, рівень конкурентоспроможності.

В сучасних умовах ринкової економіки конкуренція та конкурентоспроможність є дієвими регуляторами на ринку ресторанного господарства. Для виробника послуг постійною актуальною необхідністю є вивчення та відстеження стану ринку, який динамічно та швидко реагує на зміну потреб та запитів споживачів. В таких умовах загострюється боротьба між підприємствами за споживача та задоволення його вимог і потреб кращими методами ніж у конкурентів. Результативність цих засобів та методів призведе до забезпечення у підприємстві ресторанного господарства більш високого рівня конкурентоспроможності.

Сучасні вітчизняні та закордонні вчені у своїх працях багато уваги приділили поняттям «конкуренція» та конкурентоспроможність. Так питання визначення сутності конкуренції відображене у працях Г. Л. Азоєва, І. Ансофа, Л. В. Балабанової. У дослідженнях І. О. Бланка, Н. Каллена, Ф. Котлера, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, М. Портера, Г. Т. П'ятницької, О. М. Тридід та інших відображена оцінка та методи забезпечення рівня конкурентоспроможності різних суб'єктів господарювання.

Оскільки багато питань даної тематики ще потребують дослідження та аналізу, метою нашої статті є вивчення підходів до оцінки конкурентного середовища підприємств ресторанного господарства.

Результати дослідження. Питання конкурентоспроможності підприємства у різних авторів розглядається та тлумачиться по-різному. Так М. Портер вважав, що конкурентоспроможність суб'єкта характеризується стійким його становищем на ринку внаслідок подолання п'яти чинників конкуренції: покупців, постачальників, замінників, претендентів на вход в галузь, конкурентів в галузі. Усі п'ять чинників визначають інтенсивність галузевої конкуренції та прибутковість, а найвпливовіші з них є вирішальними з погляду формування стратегії подальшого розвитку підприємства [2, с. 129].

Ж. Ж. Ламбен розглядає конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства через призму конкурентних переваг, де конкурентні переваги — це характеристики, властивості товару чи марки, які створюють для фірми переваги над своїми прямыми конкурентами [3, с. 786].

Г. Т. П'ятницька подає таке визначення поняття: конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства — це узагальнююча оцінка його життєдіяльності, яка характеризує ефективність використання його ресурсів, здатність забезпечити споживачів продукцією і послугами відповідної якості і вартості, можливість адаптуватись до динамічного навколошнього середовища, вчасно реагувати на зміни конкурентного ринку, забезпечуючи ефективне функціонування господарської системи [4, с. 377].

Конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства визначають певні особливості:

- підприємства ресторанного господарства орієнтовані на територіально обмежений ринок, розміри якого залежать від місця знаходження підприємства, транспортної доступності споживача;
- частина підприємства, зокрема кращі ресторани, можуть конкурувати між собою у загальному масштабі на сегменті ринку з обслуговування святкових заходів, ділових зустрічей, туристів;
- наявність великої кількості підприємств ресторанного господарства різних типів, що пропонують широкий чи вузький асортимент продукту на однорідному сегменті ринку, задовольняючи різні смаки та уподобання населення в харчуванні;
- особливий характер конкурентоспроможності, пов'язаний з виконанням підприємствами ресторанного господарства функцій виробництва продукції, її реалізації та організації споживання.

Варто відзначити, що визначення належного рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства має важливе значення як для економіки галузі, так і для підприємства виробника, оскільки ринкові відносини не дають можливість займати стійку позицію на ринку, не враховуючи зовнішнє середовище підприємства (рівень інновацій, політику конкурентів і т. д.). Це дасть можливість охарактеризувати позицію підприємства ресторанного господарства на ринку протягом певного проміжку часу, успішність його пристосування до умов ринкової конкуренції і можливість задоволити потреби споживачів своєю продукцією і послугами кращими, ніж у конкурентів.

Визначення належного рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства відбувається у кілька етапів (рис. 1.):

Належний рівень конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства забезпечуватиме рейтинг підприємства на ринку. Аналіз наукових видань показав, що в сьогоденних умовах бізнесу постійно відбувається моніторинг підприємств сфери туризму, в тому числі підприємств ресторанного господарства. Одним



Рис. 1. Етапи визначення рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства

з основних результатів цього моніторингу — рейтинг підприємства на ринку, який визначається на основі певних груп показників. В основу рейтингу покладено системний підхід до поняття якості продукту підприємства та його показників. Рейтинг підприємства визначається за формулою:

$$P_n = \prod_{i=1}^n Q_i, \quad (1)$$

де P_n — рейтинг підприємства;

Q_i — відносний показник якості продукту підприємства;

n — кількість показників якості, взятих для оцінювання.

Рейтинг підприємств ресторанного господарства м. Львова станом на жовтень 2012 року на основі інформаційних інтернет-джерел поданий у табл. 1.

Таблиця 1

**Рейтинг підприємств ресторанного господарства м. Львова,
станом на жовтень 2012 року [5]**

Місце підприємства у рейтингу	Назва підприємства
I місце	Кондитерський ресторан «Вероніка»
II місце	Ресторан «Казанова»
III місце	Кафе «Мазох»
IV місце	Кафе «Криївка»
V місце	Кав'яння «Під золотою Розою»
VI місце	Ресторан «Гасова лампа»
VII місце	Ресторан «Дім легенд»
VIII місце	Ресторан «Прага»
IX місце	Український ресторан «Сім поросят»
X місце	Ресторан «Кентавр»

Рейтинг підприємства ресторанного господарства на ринку можна визначити за допомогою різних методів оцінки конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. Кожний з них має свої переваги, недоліки та можливість практичного застосування в практиці діяльності суб'єкта ресторанного господарства (рис. 2).

Метод групується на визначені ринкової частки та дозволяє дати оцінку конкурентним позиціям підприємства ресторанного господарства з точки зору ступеня освоєння ним ринкового потенціалу та домінування підприємства на ринку, його можливості впливати на обсяги попиту. Всі конкуруючі підприємства ресторанного господарства за розміром ринкової частки поділяються на 4 групи: з великою ринковою часткою (на рівні або вище ринкових часток двох-трьох найбільших конкурентів), із середньою ринковою часткою (рівною середній частці ринку провідних конкурентів), заниженою ринковою часткою (дещо нижчою частки провідних конкурентів) та низькою ринковою часткою (значно нижчою частки провідних конкурентів). Метод доволі простий, логічний, зручний для сприйняття і достовірно відображає результати

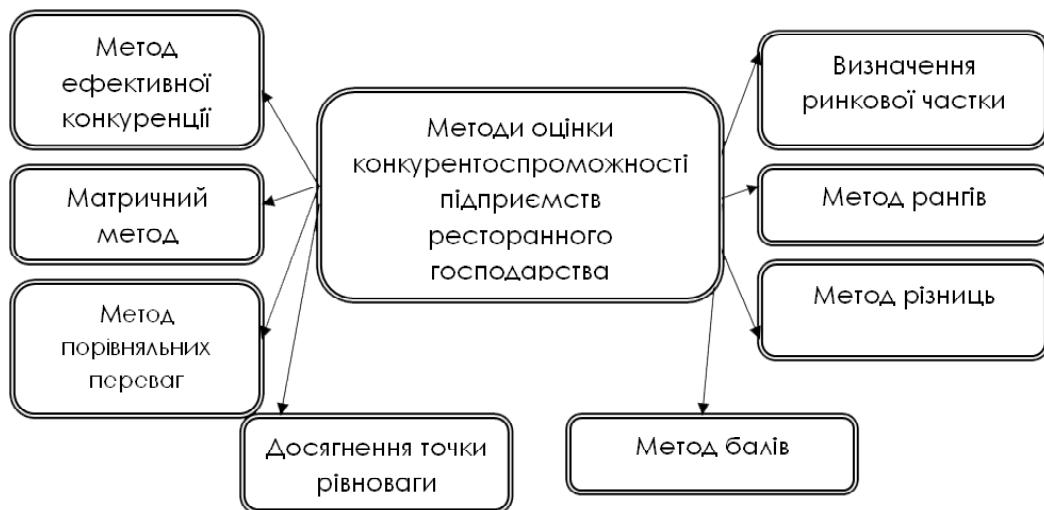


Рис. 2. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства [1] діяльності підприємства ресторанного господарства, однак не дає конкретних рекомендацій щодо розробки конкурентних стратегій.

Метод рангів дозволяє дати оцінку місце підприємств-конкурентів ресторанного господарства шляхом ранжування значень основних показників, виявити сильні та слабкі сторони їхньої діяльності. Шляхом підсумовування рангів за всіма досліджуваними показниками можна виявити їх місце в конкурентній боротьбі.

Метод різниць передбачає порівняння і визначення відхилень окремих оцінних показників підприємства ресторанного господарства відносно показників лише одного (провідного) конкурента. Перевагою цього методу є можливість оцінити не тільки позицію окремого підприємства ресторанного господарства, а й визначити кількісний розрив у досягнутих значеннях показників порівняно з конкурентом.

Застосування методу балів дозволяє отримати узагальнену кількісну оцінку позиції підприємства ресторанного господарства в конкурентній боротьбі порівняно з кількома конкурентами. Цей метод передбачає: складання матриці оцінних показників, присвоєння показникам балового значення, порівняння балів підприємства за кожним оцінним показником із найкращим у досліджуваній сукупності підприємств:

$$B_{ij} = \frac{Z_{ij}}{Z_{in}} B_{\max i}, \quad (2)$$

де B_{ij} — балансова оцінка конкурентоспроможності j -го підприємства ресторанного господарства за i -тим показником;

Z_{ij} — фактичне значення i -го оцінного показника по j -му підприємству ресторанного господарства;

Z_{in} — найкраще значення i -го оцінного показника серед сукупності досліджуваних підприємств ресторанного господарства;

$B_{\max i}$ — максимально встановлений бал оцінювання i -го показника.

Встановлюють рівень значущості конкретних оцінних показників і одержують узагальнену балову оцінку конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства з використанням наступної формули:

$$УБ_{ij} = \sum_{j=1}^n B_{ij} H_i, \quad (3)$$

де, $УБ_{ij}$ — узагальнена балова оцінка конкурентоспроможності j -го підприємства;

H_i — значущість i -го показника.

Метод бал ів дозволяє не тільки визначити місце підприємства ресторанного господарства в конкурентній боротьбі, але також й оцінити ступінь його наближення до основного конкурента.

Широкого застосування набув метод порівняльних переваг, згідно з яким конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства обумовлюється наявністю у нього порівняльних переваг (нижчих витрат, значних обсягів прибутку, високої рентабельності, великої ринкової частки). Рівень конкурентоспроможності оцінюється шляхом зіставлення рівня одного із зазначених показників досліджуваного підприємства ресторанного господарства з відповідними показниками конкурентів. Більш високий рівень відповідного показника є достатньою умовою вищої конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства. Цей метод простий у застосуванні та є основою для розробки будь-якої стратегії, оскільки ґрунтується на оцінці наявних переваг.

Метод, заснований на теорії ефективної конкуренції, передбачає вивчення виробничого потенціалу та становища підприємства ресторанного господарства на ринку, порівняння показників, що характеризують різні напрями діяльності (ефективність виробничої, комерційної, фінансової діяльності та ін.) з аналогічними показниками конкурючих підприємств ресторанного господарства.

Матричні методи вивчення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства засновані на ідеї розгляду процесів конкуренції в динаміці. Головним інструментом дослідження цього методу є матриця, розроблена Бостонською консультаційною групою і побудована з використанням двох показників: темпів зростання ємності ринку у лінійному масштабі по вертикалі та частки підприємства у логарифмічному масштабі по горизонталі. Матричний метод має ряд переваг порівняно з іншими методами і може бути основою для оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства під час розробки стратегії проникнення на ринок, розширення ринку, впровадження нововведень тощо.

Застосування методу оцінки досягнення точки рівноваги передбачає проведення аналізу діяльності підприємства ресторанного господарства та визначення, наскільки обсяг наданих ним послуг відхиляється від рівноважного, при якому воно оптимізує свою діяльність. Згідно з теорією рівноваги нарощування обсягів діяльності є доцільним тільки до межі, що забезпечує максимізацію отримання прибутку і досягається за умови рівності граничних витрат і доходів. Цей метод доцільно застосовувати під час розробки стратегії зниження собівартості, оскільки він дозволяє розрахувати межі обсягів діяльності підприємства, при яких воно отримує економію від ефекту масштабу і, відповідно, максимально можливий рівень конкурентоспроможності та визначити, наскільки сильні стимули щодо нарощування обсягів діяльності в майбутньому.

Значна кількість підходів до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства пояснюється різними підходами та напрямами дослідження. Кожний з розглянутих вище методів оцінки дає свою статистичну оцінку конкурентної позиції підприємства ресторанного господарства на ринку, враховуючи певний проміжок часу.

Розглянуті особливості конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства, методи та етапи оцінки їх конкурентоспроможності дають можливість визначити їх позицію та стратегію на ринку, що забезпечують рейтинг підприємства.

Література

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [Текст] : навч. посібник. — К. : Знання України, 2002. — 358 с.
2. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг [Текст] : навч. посібник. — Вид. 2-ге, без змін. — К. : КНЕУ 2006. — 152 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент ориентированный на рынок: Стратегический и операционный маркетинг [Текст]. — С-Пб. : Питер, 2004. — 796 с.
4. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. Менеджмент громадського харчування [Текст] : підруч. — К. : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2001.
5. [www/tochka.net/travel/ua/5857-top-10](http://tochka.net/travel/ua/5857-top-10).

Вивчарук О. Н.

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрена сущность понятий «конкурентоспособность предприятия» и «рейтинг предприятия» на рынке. Определены особенности, которые обеспечивают надлежащий уровень конкурентоспособности предприятий ресторанных хозяйств и обобщено методы для его оценки.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие ресторанных хозяйств, рейтинг, методы оценки, уровень конкурентоспособности.

Vivcharuk O. M.

GOING IS NEAR ESTIMATION OF LEVEL OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES OF RESTAURANT ECONOMY OF LVIV AREA

In the article essence of concepts «competitiveness of enterprise» and «rating of enterprise» is considered at the market. Features which provide the proper level of competitiveness of enterprises of restaurant economy and generalized methods for his estimation are certain.

Keywords: competitiveness, enterprise of restaurant economy, rating, methods of estimation, level of competitiveness.

УДК 338.486.41 : 338.48-53 : 63

Кудла Н. Є.

МОТИВИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ѩДО НАДАННЯ ПОСЛУГ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Визначені основні мотиви, якими послуговуються власники селянських господарств у процесі прийняття рішення з надання туристичних послуг. Обґрунтовано чинники матеріальної та нематеріальної мотивації ведення агротуристичного господарства. Досліджено напрями інвестування коштів, отриманих від надання послуг у сфері сільського туризму.

Ключові слова: мотивація, сільський туризм, туристичні послуги.

Причини диверсифікації діяльності селянського господарства можуть бути різними. Найважливішою з-поміж них є прагнення отримувати додатковий дохід, що має важливе значення в умовах низької рентабельності аграрного виробництва. Доходи від несільськогосподарської діяльності можуть становити джерело фінансової підтримки селянської родини та її господарства. Пошук додаткових доходів може бути зумовлений прагненням кращого використання наявних матеріальних і людських засобів. Постає питання пристосування надлишку робочої сили, особливо у зимовий період, коли у сільській місцевості немає інших можливостей зайнятості.

Однією з причин переходу на несільськогосподарські види діяльності є суб'єктивні чинники, які виявляються у прагненні до задоволення потреб визнання, престижу у сільському середовищі, розкритті особистого таланту, самореалізації селянської родини. Урізноманітнення діяльності селянського господарства на практиці засвідчує величезну кількість її форм і видів. Однією з таких форм є надання туристичних послуг у сільській місцевості, яка вирізняється привабливими об'єктами природно-культурного середовища.

Розвиток сільського туризму мотивований також тим, що відбулися зміни у вподобаннях і поведінці відпочивальників, змінилася суспільно-виробнича та економічна ситуація для мешканців сільських територій, а також відродилася свідомість збереження мальовничих пейзажів, народних традицій та ремесел, довкілля [5, с. 62].

Розвиток сільського туризму залежить від об'єктивних і суб'єктивних факторів. До об'єктивних належать, передусім, значні потенційні можливості організації цієї форми відпочинку у сільській місцевості. У багатьох випадках несприятлива фінансова ситуація селян та неефективне використання засобів праці спричиняють відповідні зміни. Натомість, до суб'єктивних факторів належать: бажання підвищити рівень життя сім'ї завдяки диверсифікації додаткової аграрної діяльності або пошуку альтернативних, стосовно сільського господарства, доходів. Для забезпечення відповідного рівня доходу більшості селянських господарств, передусім малоземельних, не достатньо виробляти лише продукти харчування. Іноді доцільніше обмежити сільськогосподарську діяльність або навіть відмовитися від неї, особливо від землеробства у гірській місцевості. Саме з цієї причини деякі підприємливі селяни гірської та передгірської частини Львівської області наважуються на надання різноманітних послуг, у тому числі туристичних.

Утруднюють проведення анкетних досліджень у сфері сільського туризму значні матеріальні й часові витрати та відсутність комплексного підходу до процесів і явищ, які там відбуваються. Однак у наукових працях В. Г. Герасименка, В. В. Гловашкої, Ю. Е. Губені, В. В. Липчука, С. Г. Нездоймінова, Г. В. Черевка висвітлено результати опитувань та репортажів із зацікавленими групами населення, які надають і споживають туристичні послуги у сільській місцевості. Водночас, мінливі умови зовнішнього оточення селянського господарства, яке надає туристичні послуги, вимагають постійної уваги відповідних інституцій задля формування ефективних механізмів розвитку сільських територій.

Мета дослідження полягала у виявленні мотивів прийняття рішення певною групою селянських господарств щодо надання послуг у сфері сільського туризму. Полові дослідження відбувалися влітку 2012 р. у 36 селянських господарствах, які на дають туристичні послуги у передгірських і гірських районах Львівської області, а саме у Сколівському (23), Турківському (9) та Старосамбірському (4) районах. До респондентів була адресована анкета, яка складалася з п'яти частин. Перша з них стосувалася оснащення досліджуваних господарств виробничими засобами, друга — організації виробництва рослинницької та тваринницької продукції, третя — нічліжної бази, тобто сфери розміщення, четверта — процесу надання послуг сільського туризму. Отже, укладені питання сприяли з'ясуванню мотивів, якими послуговувалися селяни, приймаючи рішення щодо надання туристичних послуг. У п'ятій частині питання стосувалися структури отриманих доходів.

Досліджаючи мотиви прийняття рішення щодо надання послуг у сфері сільського туризму, польські вчені поділяють їх на три групи [6, с. 72]. До першої групи належать мотиви задоволення основних потреб селянської родини в умовах зменшення доходності від сільськогосподарської діяльності. Головною мотивацією у цьому випадку є отримання додаткових доходів, які можна було б спрямовувати на задоволення основних фізіологічних потреб і потреб безпеки, а також запитів вищого щабля — принадлежності, визнання, поваги та самореалізації. Досягнути цього можливо завдяки атракційному розташуванню господарства, ефективному використанню житлової площини, відповідній підготовці селянської родини й господарства.

Друга група мотивів зумовлена потребою пошани, поваги й визнання досягнень. Йдеться про доведення собі, своїй родині та іншим, що завдяки додатковій діяльності можна досягти успіху. Цьому, передусім, сприяє гостинність, уміння контактувати з людьми, а також надання додаткових послуг туристам (наприклад, доступ до кухонного блоку, прокат туристично-спортивного спорядження, влаштування святкових заходів, пропозиція продуктів домашнього приготування, навчання народним ремеслам тощо).

Третя група мотивів стосується можливості повнішого використання умінь та особистого таланту. Завдяки цьому можна набути більшої самостійності й незалежності, використовуючи професійні навички, в тому числі не лише формальні, а й здобуті практично, реалізовувати свої зацікавлення.

Для більшості селян економічні потреби були основним чинником, який спонукав до підприємницької діяльності. У свідомості селян вони мають подвійне значення. По-перше, власники досліджуваних господарств потребували додаткових засобів для існування, тому що ведення селянського господарства не задоволяло основні потреби їх сімей; по-друге, сподівання селян щодо життєвого рівня значно перевищували результати їхньої сільськогосподарської діяльності.

Як стверджують Г. І. Шимечко і Г. В. Черевко, пропозиція на ринку послуг сільського туризму є недостатньою з різних причин (відсутність державної підтримки, правового поля діяльності, нестача стартового капіталу, обтяжливі кредитні умови, брак досвіду й знань). Попит також ще не сформувався (відсутність інформації, інфраструктури, маркетингових заходів). Отже, ринок послуг сільського туризму Карпатського регіону перебуває у стадії формування, оскільки економічні відносини мають стихійний, не облікований і, у багатьох випадках, нелегальний характер [4, с. 76].

Проведені дослідження засвідчують, що прийняття рішення розпочати агротуристичну діяльність зумовлене різними мотивами (табл. 1).

Згідно з наведеними результатами аналізу, більшість респондентів вважають головним мотиваційним чинником прагнення забезпечити відповідний життєвий рівень

Таблиця 1
Мотиви прийняття рішення щодо надання туристичних послуг
у досліджуваних селянських господарствах

№ з/п	Мотиви	Відповіді, %
1	Бажання збільшити доходи	76,1
2	Наявність вільної житлової площи	73,9
3	Розташування господарства у туристично привабливій місцевості	67,4
4	Можливість реалізації давніх задумів	65,2
5	Бажання притяті гостей, налагоджувати комунікації	43,5
6	Неможливість стабільного працевлаштування	19,6
7	Скорочення або звільнення з роботи	15,2
8	Приклади позитивної практики (успіхи) сусідів, знайомих	13,0
9	Пропозиція центрів зайнагості, обласної спілки сільського туризму	11,0
10	Відсутність засобів для існування	9,0
11	Інформація у засобах масової інформації	8,0
12	Сімейні традиції гостинності	6,5
13	Інше	4,3
14	Можливість отримання пільгового кредиту	2,4

селянської родини, тобто бажання отримувати додаткові доходи (76,1 %). Ці розрахунки можна вважати достовірними, позаяк визначені показники є наближеними до результатів попередніх досліджень, які були проведені В. В. Гловачкою у Івано-Франківській області. Авторка дослідила основні мотиви започаткування підприємницької діяльності у сфері сільського туризму. Зокрема, респонденти надали перевагу збільшенню доходів (68 %), впливу безробіття (12 %), фінансовій неспроможності (10 %) тощо [2, с. 7].

Компетенційна мотивація, тобто необхідність особистого розвитку, потреба досягнення успіху, прагнення здобуття контролю підтвердились проведеними дослідженнями. До цієї групи мотивів належать: використання вільної житлової площи (73,9 %), розташування господарства в атракційному місці (67,4 %), можливість реалізації задумів (65,2 %), бажання спілкуватися з іншими людьми (43,5 %).

Як стверджували власники селянських господарств, вирішальним чинником для прийняття рішення надавати туристичні послуги була наявність вільної житлової площи та можливість її розширення завдяки створенню мансардних приміщень і реконструкції господарських будівель. Умовою ефективного використання житлової площи є розташування господарства неподалік туристичних та природних об'єктів. Місцеві жителі все частіше усвідомлюють красу місця проживання і спостерігають за станом об'єктів культурно-історичної спадщини, опікуються ними, впорядковують пам'ятні знаки, цвинтарі та ін. З допомогою сільської громади та органів місцевого самоврядування, за підтримки громадських організацій, зокрема, Спілки сприяння розвитку сільського туризму в Україні, відповідних державних інституцій підприємливі селяни починають відроджувати забуті традиції, обряди тощо.

Необхідно зазначити, що ведення агротуристичного господарства великою мірою залежить від стану зовнішнього оточення, передусім природного, та комунікаційної інфраструктури. Формування інфраструктурного середовища стимулює сферу сільського туризму — важливого чинника розвитку сільських територій.

Попит на послуги сільського туризму орієнтований переважно на жителів великих агломерацій. У реаліях сьогодення цей вид туризму може становити іншу форму відпочинку, що з економічних причин цілком задовольняє потреби туристів на ринку внутрішнього туризму. Було б помилково стверджувати, що пропозиції власників агротурист-

тичних господарств адresовані лише менш заможному сегменту споживачів туристичних послуг. Якість послуг, яку пропонують селянські агротуристичні господарства, значною мірою диференційована на досліджуваній території. Туристи середнього статку можуть обирати пропозицію відповідно до своїх уподобань і можливостей. Тому, важливою умовою діяльності є урізноманітнення агротуристичної пропозиції, яка завдяки своїй унікальності буде приваблювати як індивідуальних туристів, так і структури туристичного посередництва.

Стосовно нематеріальної мотивації найбільш вагомого значення набуває бажання реалізації давніх задумів та мрій (65,2 %), контакту з іншими людьми. Туристи охоче діляться своїми враженнями з господарями, власники агротуристичних господарств налагоджують цікаві знайомства, особливо коли приймають гостей з української еміграції. Дослідження показали, що підприємницька свобода, розвиток власних зацікавлень, задоволеність, особистісні відносини мають для значної групи респондентів суттєве значення.

Натомість, інформаційне поле забезпечення агротуристичної діяльності було мотивом для незначної кількості власників селянських господарств. Економічна ситуація у досліджуваних господарствах була не найгіршою, і члени селянських господарств знаходять роботу поза місцем постійного проживання, переважно за кордоном.

Нечисленними були приклади успіхів власників селянських господарств, які надавали туристичні послуги. Такий мотив зазначили лише шестеро респондентів у досліджуваних господарствах. Це може бути зумовлено тим, що сільська спільнота, особливо у віддалених і слаборозвинутих районах, які у більшості мають найкращі умови для розвитку сільського туризму, характеризується зневірою у можливість досягнення успіху чи будь-яких змін. Окрім цього, існує певна відокремленість власників селянських господарств, недовіра до сусідів та односельчан. Приклади кооперації діяльності на сьогодні є нечисельні, адже сільська спільнота іноді протидіє місцевим ініціативам та ставиться упереджено як до підприємливих селян, так і до їх гостей.

Для досягнення успіху у сфері надання послуг сільського туризму необхідні певні комунікації селянської родини з зовнішнім середовищем. Приймаючи туристів, селянин має ставитися до них як до запрошеніх гостей. Дослідження В. В. Липчука та Н. В. Липчук у Львівській та Івано-Франківській області дали змогу визначити основні риси власника агротуристичного господарства, а саме: легкість встановлення контактів (82,2 %), ввічливість (80,8 %), охайність (64,5 %), доброзичливість (64,5 %), відповідне пристосування (56,4 %) та терплячість (51,5 %) [3, с. 105].

Як уже зазначалося, селянські господарства з незначним матеріально-технічним та економічним забезпеченням переходят на несільськогосподарську діяльність задля отримання додаткового доходу. У господарствах середнього і вищого рівня забезпечення додаткові доходи склеруються на підвищення життєвого стандарту і задоволення потреб вищого щабля, покращення житлових умов і розвиток селянського господарства.

Отже, можна зробити висновок, що додаткові доходи з надання туристичних послуг селянськими господарствами призначенні для:

- стабілізації сезонних коливань рівня життя селян, що виявляється у спрямуванні цих доходів на побутові цілі;
 - підвищення комфортності життя до середнього регіонального, завдяки оснащенню домогосподарства інженерними комунікаціями (вода, каналізація, газ, опалення), ремонту будинку й упорядкування присадибної ділянки;
 - підвищення матеріального забезпечення внаслідок придбання основних засобів, їх модернізації, будівництва житлової складової, перепрофілювання господарських приміщень.
-

Польові дослідження засвідчують, що найважливішими мотивами щодо прийняття рішення про надання туристичних послуг було бажання підвищити життєвий рівень селянської родини, можливість використання незадіяних у господарстві ресурсів, особливо житлового фонду, розташування будинку неподалік атракційних туристичних об'єктів та потреба реалізації життєвих задумів. Водночас популяризаційна робота органів місцевого самоврядування, громадських організацій, засобів масової інформації була недооціненою як мотиваційний чинник прийняття рішення щодо надання туристичних послуг.

Література

1. Герасименко В. Г. Організація підприємницької діяльності в агротуризмі [Текст] : навч. посіб. / В. Г. Герасименко, С. Г. Нездоймінов. — О. : ПАЛЬМІРА, 2011. — 176 с.
2. Гловачка В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського зеленого туризму [Текст] : автореф. дис. канд. екон. наук. / В. В. Гловачка. — Житомир, 2008. — 20 с.
3. Липчук В. В. Агротуризм : організаційно-економічні засади розвитку [Текст] : моногр. / В. В. Липчук, Н. В. Липчук. — Л. : СПОЛОМ, 2008. — 160 с.
4. Шимечко Г. І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика [Текст] : моногр. / Г. І. Шимечко, Г. В. Черевко. — Л. : Ліга-Прес, 2009. — 206 с.
5. Jalinik M. Uwarunkowania i czynniki rozwoju usług turystycznych na obszarach wiejskich / M. Jalinik. — Białystok : Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, 2009. — 260 s.
6. Janiak K. Potrzeby i motywy podejmowania pozarolniczej działalności gospodarczej przez rolników / K. Janiak // Zagadnienia doradztwa rolniczego. — 1996. — № 1. — S. 71–75.

Кудла Н. Е.

МОТИВЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ С УКАЗАНИЯ УСЛУГ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Определены основные мотивы, которыми руководствуются владельцы крестьянских хозяйств при принятии решения о предоставлении туристических услуг. Обоснованы факторы материальной и нематериальной мотивации развития агротуристического хозяйства. Исследованы направления инвестирования средств, полученных от предоставления услуг в сфере сельского туризма.

Ключевые слова: мотивация, сельский туризм, туристические услуги.

Kudla N. E.

REASONS FOR DECIDING ON THE PROVISION OF SERVICES IN THE FIELD OF RURAL TOURISM

The main reasons motivating the owners of farms in deciding on the provision of tourist services have been defined. Financial and nonfinancial incentives to keep agrotourist households have been substantiated. Areas for investing the funds earned from the provision of services in the field of rural tourism have been studied.

Keywords: motivating reasons, rural tourism, tourist services.

УДК 336.1

Козенко А. О.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВЕРТИКАЛЬНОГО ФІНАНСОВОГО ВИРІВНЮВАННЯ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Розкрито теоретичні аспекти вертикального фінансового вирівнювання та вертикальних дисбалансів. Проаналізовано та узагальнено досвід організацій системи вертикального фінансового вирівнювання за кордоном. Розглянуто шляхи подолання вертикальних фінансових дисбалансів в зарубіжних країнах. Запропоновані заходи щодо покращення дієвості механізму фінансового вирівнювання в Україні.

Ключові слова: вертикальне фінансове вирівнювання, вертикальні дисбаланси, міжурядові трансферти, регіональна фінансова політика.

Збільшення диспропорцій у соціально-економічному розвитку територій України актуалізує питання розробки ефективних механізмів їх скорочення. Збалансованість міжтериторіального розвитку досягається різними засобами державного регулювання, серед яких важливе місце надається механізму фінансового вирівнювання місцевих бюджетів. Теоретичне осмислення суті механізму фінансового вирівнювання, чітке розуміння його структури, місця і мети окремих елементів має непересічне значення, оскільки може сприяти визначенням слабких ланок у цьому механізмі, а отже, і шляхів їхнього зміцнення, посилення їхньої позитивної дії тощо. Світовою практикою визначено підходи до визначення видаткових потреб місцевих бюджетів. Цим методикам притаманні як переваги, так і недоліки, але вибір того чи іншого підходу, як правило, залежить від якості статистичної інформації та моделі фінансового вирівнювання.

Різні аспекти фінансового вирівнювання та зарубіжний досвід у цій сфері у своїх працях досліджувало багато науковців, зокрема Зайчикова В. В., Луніна І. О., Слухай С. В., Заброцька О. В., Івахненко І. С.

Дослідження зарубіжного досвіду вертикального фінансового вирівнювання та впровадження його механізмів в Україні — об'єкт інтересу багатьох дослідників, що підтверджує актуальність цієї наукової проблеми.

Метою статті є аналіз механізмів вертикального фінансового вирівнювання за кордоном та запровадження їх в Україні.

У межах навіть незначної за розмірами країни завжди об'єктивно розбіжності у фінансовому потенціалі окремих територій, певні особливості щодо формування дохідної бази бюджетів і можливостей задоволення місцевих потреб. З огляду на це, видатки місцевих бюджетів у процесі зіставлення з чисельністю населення можуть суттєво відрізнятися щодо адміністративно-територіальних утворень. Фінансове вирівнювання спрямоване на врегулювання (у певних межах) таких відхилень, тому що їхнє існування створює неоднакові умови для надання гарантованих державою соціальних, адміністративних та інших послуг. Сплачуючи однакові податки, громадяни мають право розраховувати на одинаковий рівень надання суспільних послуг.

Отже, фінансове вирівнювання — це приведення витрат бюджетів (за економічною та функціональною класифікацією) у відповідність до гарантованого державою мінімального рівня соціальних послуг на душу населення, усунення значних диспропорцій у здійсненні видатків окремих територій [2, с. 563].

У зарубіжній практиці склалося кілька основних форм фінансового вирівнювання (рис. 1).

У статті ми розглядаємо вертикальне фінансове вирівнювання, яке передбачає рух бюджетних трансфертів між бюджетами вищого і нижчого рівнів у порядку їх адміністративної підпорядкованості

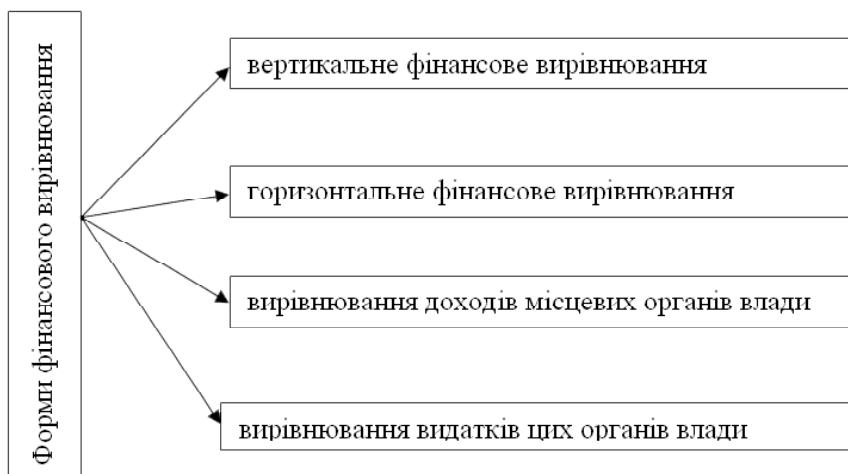


Рис. 1. Форми фінансового вирівнювання в зарубіжних країнах [5, с. 70].

Методи вертикального фінансового вирівнювання — це способи його здійснення на основі використання таких інструментів, як:

- загальні та спеціальні трансферти;
- внески територій;
- розподілені й передані податки та інші.

У кожній країні здійснення фінансового вирівнювання спрямовано на досягнення різних цілей. Серед найзагальніших цілей можна виокремити наступні:

- забезпечення мінімальних стандартів суспільних послуг по всій країні;
- надання органам місцевого самоврядування мінімального рівня ресурсів для фінансування своєї діяльності;
- створення стабільної, передбачуваної, достатньої ресурсної бази органам місцевого самоврядування;
- досягнення ефективності і результативності;
- забезпечення політичної злагоди [1, с. 137].

Одним з головних завдань державної регіональної фінансової політики щодо зближення рівнів соціально-економічного розвитку територій є подолання вертикальних і горизонтальних фіскальних дисбалансів і фінансове вирівнювання. Мова йде про вже розглянуту передачу місцевій владі доходів від податкових надходжень вищестоячих бюджетів. Державні субсидії і дотації в багатьох країнах забезпечують дуже вагому частину місцевих бюджетних доходів.

Під вертикальними фіскальними дисбалансами розуміють невідповідність між обсягами фінансових ресурсів того чи іншого рівня влади, регіонального чи місцевого, і обсягами завдань та обов’язків, що на нього покладаються в процесі розподілу компетенції між центральною, регіональною і місцевою владою. Вертикальний фіскальний дисбаланс означає недостатність фінансових ресурсів і невідповідність певному рівню влади для забезпечення суспільних і державних послуг у межах його завдань.

Проблеми подолання вертикальних фіскальних дисбалансів розглядаються в зарубіжних виданнях, зокрема в деяких публікаціях російських економістів. В українській літературі подібних публікацій поки що немає. Тому, необхідно взяти до уваги досвід зарубіжних науковців [3, с. 357].

Система розподілу доходів в Німеччині побудована на основі додержання принципу фіскального федералізму, що включає чіткий розподіл функцій і повноважень між федеральним урядом та землями, розмежування доходів між федеральним бюджетом

та бюджетами земель, складну систему фінансового вирівнювання. Фінансове вирівнювання здійснюється у чотири етапи:

- розподіл податків по вертикалі з горизонтальним ефектом;
- підвищення податкових можливостей за допомогою додаткових часток окремих податків (наприклад, податку з обороту);
- вирівнювання згідно з показником фінансових можливостей і показником вирівнювання;
- додаткові відрахування, відповідно, до завдань земель і додатково до цього надання федеральним урядом фінансової допомоги.

Вирівнювання по вертикалі полягає у розщепленні окремих видів податків між федерацією, землями й громадами. Так, наприклад, прибутковий податок і податок на заробітну плату розподіляється у співвідношенні: 42,5 %, 42,5 % та 15 %; федерація і землі отримують по 50 % податку на доходи з капіталу й податку з корпорацій; 44 % податку з обороту отримує федерація і 56 % — землі. Частки земель у зазначених спільніх податках поділяються, згідно з визначеними критеріями. Наприклад, податок на заробітну плату у повному обсязі отримує земля, у якій проживає працеємець. Що стосується податку з корпорацій, навпаки, діє принцип місцерозташування підприємства, згідно з яким базою розподілу податку служить заробітна плата, що виплачується у різних місцевостях (філіалах підприємства, розташованих у різних землях). До 75 % частки земель у податку з обороту розподіляється згідно з чисельністю мешканців. Землі з невисокими податковими надходженнями одержують до 25 % надбавки (що називається додатковою часткою на попереднє вирівнювання податку з обороту). Тобто під час вертикального фінансового вирівнювання досягається певний ефект горизонтального вирівнювання [5, с. 69].

Фінансування делегованих повноважень муніципалітетів та регіонів у Чеській Республіці проводиться через цільові трансферти з державного бюджету. Такі трансферти без виключення формують значну частину доходів місцевих бюджетів. Обсяг субвенцій, що надається з державного бюджету — бюджету муніципалітету, обраховується в розрахунку на 1 % сукупних доходів бюджету муніципалітету, а для регіонального бюджету — в розрахунку на 85 % сукупних доходів цього бюджету. Такий порядок обрахунку субвенцій для регіональних бюджетів введено з 2004 року у зв'язку зі збільшенням обсягу податкових надходжень до таких бюджетів.

Іншим важливим джерелом доходів бюджетів муніципалітетів є капітальні трансферти з державного бюджету за програмами: охорона навколошнього середовища, культура, фізична культура та спорт. Ці програми реалізовуються у вигляді інвестиційно-інноваційних проектів розвитку інфраструктури та мережі закладів відповідного профілю надання суспільних послуг.

Цільові трансферти також використовуються для забезпечення фінансування делегованих регіональним органам державної влади повноважень. Фінансування таких повноважень, як і у випадку з муніципалітетами, проводиться через територіальні органи міністерств та відомств через державні цільові програми. Найбільшу частку видатків у загальному обсязі видатків зведеніх бюджетів регіонів займають видатки на освіту — 76 % або 59 більйонів чеських злотих.

Порядок надання трансфертів визначено в Бюджетному кодексі. Отже, фінансове вирівнювання ґрунтуються на вертикальних засадах. Муніципалітетам надано право формувати фонд фінансових ресурсів для реалізації важливих інвестиційних проектів муніципального значення. Жодних інших елементів системи фінансового вирівнювання горизонтального підходу не передбачено.

Доходи муніципалітетів Данії формуються за рахунок податкових надходжень, неподаткових надходжень (плати та внески) та трансфертів. Найбільшу частку в доходах муніципалітетів складали податкові надходження — 55,3 %, безумовні трансферти — 15,2 %, цільові трансферти — 11,2 %. В загальному, можна зробити висновок про те, що бюджети базового рівня державного управління в Данії — бюджети муніципалітетів — забезпечені податковими та неподатковими надходженнями на рівні 73,6 % загального обсягу доходів. Це вказує на достатній рівень фінансової спроможності таких бюджетів [6, с. 12].

В структурі податкових надходжень бюджетів муніципалітетів найбільшу частку займають надходження податку з доходів фізичних осіб — 87,7 %. Частка плати за землю складає 7,8 %.

У Франції між центральним урядом і органами місцевого самоврядування укладаються спеціальні акти «Про фінансову стабільність» терміном на три роки, в яких обсяг загальної дотації коригується відповідно до рівня інфляції і зростання ВВП. В інших країнах, як у Великій Британії, загальна сума дотацій органам місцевого самоврядування встановлюється на основі поєднання обох методів. Обсяг трансфертів визначається урядом з урахуванням співвідношення між центральним і місцевим оподаткуванням та потреб у фінансуванні місцевих суспільних послуг. Більш формалізовано розраховується сума національних податків з бізнесу (National Non-Domestic Rates — NNDR), оскільки ставка оподаткування зростає не швидше, ніж рівень інфляції, відповідно, податкова база збільшується відносно повільно. Сума трансфертів для підтримки доходів (Revenue Support Grant — RSG) розраховується наступним чином [6, с. 16]:

$$RSG = SSA - NNDR - CT \quad (1.1),$$

де SSA (Standard Spending Assessment) — стандартна оцінка потреб у видатках, що здійснюється центральним урядом щорічно, і яка відображає відносні потреби органів влади у видатках на основі врахування характеристик території та чисельності споживачів послуг;

СТ — доходи від місцевих податків за стандартною (однаковою для всіх територій) ставкою оподаткування.

В Іспанії визначення суми для розподілу загальних трансфертів автономним громадам здійснюється в три етапи. Спочатку оцінюється загальний обсяг ресурсів для розподілу з урахуванням відмінностей у фінансуванні видатків і потенційних податкових доходах. Потім загальна сума дотацій підвищується, відповідно до зростання загальних податкових доходів і внесків на соціальне страхування. Після цього отримана величина ще збільшується на рівень зростання загальних видатків центрального уряду та інших автономних урядових агенцій.

Джерела фондів, з яких надаються трансферти органам місцевого самоврядування, можуть бути різними: формуватись за рахунок внесків більш заможних територій, надходжень від окремих податків, загальних доходів центрального бюджету.

Проаналізувавши зарубіжний досвід організації фінансового вирівнювання місцевих бюджетів, необхідно зазначити, що в багатьох країнах створено досить ефективні механізми фінансового вирівнювання. Безумовний інтерес та можливість впровадження в Україні становить, насамперед, наступне. При вимірюванні податкового потенціалу за даними про фактичні надходження місцевих бюджетів за попередні роки в деяких країнах здійснюється подальше коригування зазначеного показника та обсягів міжбюджетних трансфертів з урахуванням фактичних надходжень у бюджетному році.

Доцільно запровадити прив'язку загальної суми окремих видів трансфертів місцевим бюджетам до конкретного джерела доходів державного бюджету. Зокрема, мож-

тиво визначити певний відсоток доходів державного бюджету для розподілу серед місцевих бюджетів субвенцій на виконання інвестиційних проектів, джерелом фінансування встановити надходження від ПДВ або податку на прибуток підприємств [4, с. 59].

Узагальнення досвіду зарубіжних країн дає змогу зробити висновок про те, що в умовах переходної економіки України організація процесів перерозподілу фінансових ресурсів повинна відповідати таким вимогам:

- вирівнювання доходів не може бути повним, щоб при цьому місцеві органи влади не втратили самостійність і стимули до використання власних податкових джерел, тобто ставка вирівнювання повинна бути істотно нижчою 100 %;

- вирівнювання доходів бюджетів одного рівня повинно здійснюватися таким чином, щоб поспідовність адміністративно-територіальних одиниць до і після перерозподілу доходів не змінювалась.

Світова практика фінансового регулювання територіального розвитку сильно диференційована. Це залежить від особливостей і розвиненості національних економік, від державного устрою окремих країн, від політичних традицій і від форм міжнародної інтеграції. Усі відомі нам приклади зближення або часткового запозичення моделей міжбюджетних відносин були зумовлені, у першу чергу, зближенням національних економік та інших вищевказаних умов; тільки цим, наприклад, визначаються слабкі поки що тенденції уніфікації моделей міжбюджетних відносин у країнах Європейського Союзу.

Урахування позитивного досвіду інших країн щодо організації фінансового вирівнювання місцевих бюджетів дозволить покращити чинний в Україні механізм вирівнювання в напрямку підвищення його дієвості.

Література

1. Зайчикова В. В. Місцеві фінанси України та Європейських країн [Текст] : підруч. / В. В. Зайчикова. — К. : НДФІ, 2007. — 299 с.
2. Кириленко О. П., Квасовський О. Р., Лучка А. В., Малиняк Б. С. Місцеві фінанси [Текст] : підруч. / О. П. Кириленко, О. Р. Квасовський, А. В. Лучка, Б. С. Малиняк. — К. : Знання, 2006. — 677 с.
3. Луніна І. О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин [Текст] : моногр. / І. О. Луніна. — К. : Наукова думка, 2006. — 432 с.
4. Шишко О. В. Напрями розвитку системи міжбюджетних відносин України в середньостроковій перспективі [Текст] / Шишко О. В. // Фінанси України. — 2011. — № 7. — С. 51–61.
5. Яценко Ю. О. Світовий досвід основ організації фінансового вирівнювання: уроки для України [Текст] / Яценко Ю. О. // Економіка України. — 2011. — № 6. — С. 66–77.
6. Karpowicz I. Narrowing Vertical Fiscal Imbalances in Four European Countries / Karpowicz I. // [Електронний ресурс]. — <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2012/wp1291.pdf>.

Козенко А. А.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ВЕРТИКАЛЬНОГО ФИНАНСОВОГО ВЫРАВНИВАНИЯ И ЕГО ВНЕДРЕНИЕ В УКРАИНĘ

Раскрыты теоретические аспекты вертикального финансового выравнивания и вертикальных дисбалансов. Проанализирован опыт организации системы вертикального финансового выравнивания за рубежом. Рассмотрены пути преодоления вертикальных финансовых дисбалансов в зарубежных странах. Предложенные мероприятия относительно улучшения действенности механизма финансового выравнивания в Украине.

Ключевые слова: вертикальное финансовое выравнивание, вертикальные дисбалансы, межправительственные трансферты, региональная финансовая политика.

Kozenko A. O.

FOREIGN EXPERIENCE OF THE VERTICAL FINANCIAL EQUALIZING AND HIS APPLICATION IN UKRAINE

Expose the theoretical aspects of vertical financial equalizing and vertical imbalances. Analyzed and summarize the system of the vertical financial equalizing abroad. Examined the ways of overcoming of vertical financial disbalances in foreign countries. Propose stabilization efforts of improvement the effectiveness of mechanism the financial equalizing in Ukraine.

Keywords: vertical financial equalizing, vertical imbalances, intergovernmental transfers, regional financial policy.

Розділ 4.
**ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ:
ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ**

УДК 677.01(502/504)

Озимок Г. В.

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТЕКСТИЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Розглянуто вплив технологій оброблювальних процесів текстильного виробництва на навколошнє середовище та проблеми їх вирішення на різних рівнях: виробництві, місцевому та державному рівнях тощо.

Ключові слова: текстиль, обробне виробництво, барвники, екологія.

Вперше питання екологічної кризи людської цивілізації було сформульоване світовою спільнотою вчених від імені «Римського клубу» в середині 80-х років. Вченими була сформована нова теорія (парадигма) розвитку світової цивілізації, а саме запропоновано поняття — еволюційна екологія.

Слід зазначити, що вперше необхідність гармонійного поєднання інтересів людини, її діяльності з інтересами природи була сформульована академіком В. І. Вернадським.

На сучасному етапі відбувається переоцінка всіх створених людиною технологій з метою визначення їхнього впливу на природу. Особлива увага звертається на технології, в результаті діяльності яких виділяються шкідливі відходи. Обробне текстильне виробництво, на відміну від механічних текстильних технологій, має важливу з екологічної точки зору особливість. Це хімічно-технологічне виробництво зі всіма негативними для екології наслідками. В світовій практиці використовується значна кількість (декілька тисяч) барвників та текстильних допоміжних засобів (декілька сотень).

В технології обробки текстильних матеріалів значна частина текстильних допоміжних засобів, виключаючи апратувальні, які виконують допоміжну роль в основних процесах, вимиваються і попадають у стокові води. Барвники, залежно від ефективності технології, фіксуються (конверсія) не більше ніж 70–80 % (виключення складають активні барвники) від загальної кількості, решта на стадії промивання попадає в стокові води.

Викиди в стокові води і викиди в атмосферу — один з найсуттєвіших екологічних наслідків хіміко-технологічного характеру обробного процесу текстильного виробництва.

Всі барвники і відповідна частина текстильних допоміжних засобів (ТДЗ) закріплюються на текстильних матеріалах, а вони використовуються у виробах одягу та взуття, які безпосередньо контактиують зі шкірою людини і повинні бути екологічно нешкідливими, так як і тканини, а всі разом вони формують середовище, в якому існує людина.

Так, існує одна із версій смерті Наполеона на острові Св. Елени, в якій описується, що стіни його кімнати були обклесні шпалерами, у фарбі яких містився миш'як.

Нешкідливість тканин для людини не тільки в прямому їх використанні у виробах, але і на стадії їх утилізації — третя проблема — це проблема токсикології, що входить у загальну концепцію створення екологічно чистого текстилю.

Четверта екологічна проблема обробного виробництва проявляється безпосередньо в середині нього і пов'язана з захистом людини, яка приймає участь у виробництві, від дій на нього всіх хімічних речовин. Це проблема охорони праці і техніки безпеки.

П'ята проблема обробного виробництва не пряма, а опосередкована позв'язана з екологією, з підвищеними навантаженнями на природу. Обробка потребує використання значної кількості води та тепла. За європейськими нормами на обробку 1 кг текстильних матеріалів використовується 100 л води. В Україні ці дані в 2–3 рази більші. Виключенням є ВАТ «Тернопільське об'єднання "Текстерно"». Крім цього, при обробному виробництві витрачається значна кількість електроенергії. При виробництві електроенергії витрачається кисень і утворюється вуглекислий газ, що дає додаткове навантаження на природу: при обробці 1 кг текстилю витрачається до 7 кг вуглекислого газу. Таким чином, взаємовідносини обробного виробництва і охорони навколошнього середовища вимагають вирішення наступних завдань:

- зниження викидів у стокові води і викидів у повітря шкідливих речовин;
- створення нетоксичних текстильних матеріалів;
- створення нешкідливих, безпечних умов праці в обробному виробництві;
- оптимізація водо- і тепло затрат в обробному виробництві.

Рішення таких проблем вимагає великих затрат так як вони є одночасно як екологічні так і економічні. Ці проблеми повинні вирішуватися на різних рівнях: на виробництві, місцевому та державному рівнях, а також і на рівні міждержавних відносин.

В цивілізованих країнах, де під дією відповідних законів і засобів масової інформації сформувалася екологічна самосвідомість, захист навколошнього середовища входить в коло кожноденних інтересів суспільства, а споживач текстильних товарів з традиційними вимогами: необхідний продукт, в потрібний час, відповідної якості, за розумною ціною, додає ще одну вимогу — за екологічно чистою технологією виробляти екотекстиль [1].

Слід зазначити, що декларації про необхідність захисту навколошнього середовища є малоекективними. Для розв'язку цієї проблеми необхідна комбінація знань (освіти) і формування законодавчих норм (законодавства). Перше — впливає на розум і совість громадянина й виробника, а друге, через дуже продуману систему невідворотних штрафів на його гаманець. У таких умовах негативно впливати на навколошнє середовище стає не тільки аморально, але й не вигідно. Доцільно вдосконалювати технологію виробництва, щоб не розорити власну справу. Екологія стає фактором економічної конкуренції.

Наведемо кілька прикладів впливу Законодавства на принципові зміни в технології обробки текстильних матеріалів:

— наприклад, ведення твердих норм змісту в стічних водах важких металів і хрому змусили обробників Японії, США, Західної Європи відмовитися від використання кислотно-хромових барвників. Однак колористичні можливості цієї групи барвників на вовні неможливо було компенсувати іншими класами барвників. Це ініціювало представників текстильної й хімічної промисловості поставити перед ученими завдання синтезу кислотних барвників, що містять у хромофорі атоми важких металів, зв'язаних міцним координаційним зв'язком. У результаті цих досліджень з'явилася дуже представницька група кислотних металокомплексних барвників, які випускаються багатьма фірмами.

— після численних пожеж і вибухів у друкарських цехах оздоблювальних фабрик, де використовували пігментний друк на основі емульсійних згущувачів (уайт-спірит), були прийняті закони, що забороняли використання пожежонебезпечних органічних розчинників в обробці текстильних матеріалів.

Ця заборона зумовила створення нового типу водорозчинних згущувачів на основі акрилатів для пігментного друку.

В наслідок «енергетичних» перебудов були створені такі відомі технології як:

- термодрук (немає необхідності промивання й отже й сушіння після друку);

- маломодульне устаткування й технології;
- використання інтенсифікаторів фарбування синтетичних волокон, що дозволило фарбувати при температурі нижче 100° С;
- використання спеціальної конструкції матеріалів віджимних валів, за допомогою яких можна досягти ступеня віджиму 60–50 % і заощаджувати на сушинні;
- плюсово-накатні «холодні» методи фарбування тканин із целюлозних волокон і вовни активними барвниками.

Однак, слід зазначити, що будь-яка промисловість негативно впливає на навколоішнє середовище. Абсолютно екологічно чистих виробництв поки не створено на відміну від самої Природи (біотехнологія) [2].

Загальна схема впливу промисловості на навколоішнє середовище представлена в такий спосіб (рис. 1).



Рис. 1. Основні чинники дії промисловості на навколоішнє середовище

Екологічна ситуація в обробному виробництві ускладнюється дуже широким асортиментом хімікатів та барвників, які використовуються при виробництві тканин, у результаті чого в стокових водах і газах, що виділяються, утворюється складна суміш продуктів. Вона ускладнює їх очистку і утилізацію. Слід зазначити, що зниження рівня навантаження на навколоішнє середовище забезпечує зниження собівартості кінцевої продукції та підвищення її якості. В цьому випадку екологічні і економічні завдання не протирічать одному, що часто спостерігається в інших ситуаціях.

Отже, обробне текстильне виробництво не може існувати без «хімії» зі всіма екологічними наслідками. Екологічні проблеми можуть бути вирішенні лише спільними зусиллями. Домінанта у вирішенні екологічних проблем обробного текстильного виробництва залишається за тими, хто їх породжує. Для їх вирішення потребуються значні

інвестиції, які повинні проводитись на різних рівнях. Якщо вітчизняна текстильна промисловість в особі її керівників (власників) не освідомить важливість проблем екології, то вона не зможе подолати конкуренцію з імпортними тканинами, особливо китайського та російського виробництва.

Література

1. Разуваев А. В., Новорадовский А. Г. Новые экологические требования к текстилю в Европе [Текст]/А. В. Разуваев, А. Г. Новорадовский. Спец. вып. Текстильная химия. —М. : 2007. —С. 28–37.
2. Тебляшкіна Л. І. Технологія опоряджувального виробництва [Текст] /Л. І. Тебляшкіна : навч. посіб. — К. : Кондор, 2005. — 278.
3. Пиріг Л. В. Розвиток вітчизняного виробництва текстилю [Текст] /Л. В. Пиріг, Г. В. Озимок/ матер. Міжнар.наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції та проблеми інновації виробництва товарів і надання послуг», 07 травня, 2008 р. — Л. : РВВ НЛТУ 2008. — С. 49–51.
4. Пугачевський Г. Ф. Особливості екологічного маркування текстильних матеріалів [Текст] / Г. Ф. Пугачевський, Г. В. Озимок / матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. «Сучасні тенденції та проблеми інновації виробництва товарів і надання послуг», 07 травня, 2008 р. — Львів, РВВ НЛТУ 2008. — С. 222–224.
5. Пугачевський Г. Ф. Формування асортименту тканин для підприємств ресторанного господарства [Текст] / Г. Ф. Пугачевський, Г. В. Озимок / тезисы докладов Міжнародной научк.-практ. конф. «Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины», 6–8 октября 2009 р. — Херсон, 2009. — С. 59–61.

Озимок Г. В.

ЭКОЛОГЫЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Рассмотрено влияние технологии отделочных процессов текстильного производства на окружающую среду та проблемы их решения на разных уровнях: производстве, местном и государственном уровнях.

Ключевые слова: текстиль, отделочное производство, красители, экология.

Ozimok H. V.

ENVIRONMENTAL PROBLEMS OF THE TEXTILE PRODUCTION

The influence of manufacturing processes technology of textile production on the environment and problems of their solutions at different levels: production, local and national levels, etc.

Keywords: textiles, manufacturing production, dyes, ecology.

УДК 665.57(477)

Луців Н. В.

ПРОБЛЕМИ ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ПАРФУМЕРНИХ ВИРОБІВ

У статті досліджено особливості та проблеми розвитку сучасного ринку парфумерних виробів в Україні, розглянуто динаміку виробництва, продажу, експорту та імпорту парфумерної продукції, особливості попиту та збуту, окреслено основні проблеми щодо асортименту і якості парфумерних виробів українських виробників.

Ключові слова: парфумерні вироби, парфуми, туалетна вода, парфумована вода, запашна вода, одеколон, ринок, імітація.

Парфумерні товари — це особлива група непродовольчих товарів, яка задоволяє духовні та естетичні потреби людини, має лікувально-гігієнічне призначення, впливає на настрій та самопочуття людини.

Значення парфумерних товарів зростає відповідно до підвищення культурного розвитку споживачів, які стають усе більш вимогливими з розвитком ринкових відносин. Питання якості парфумерних товарів є завжди актуальним, оскільки ці товари контактиують зі шкірою людини та безпосередньо впливають на стан здоров'я людини [3, с. 50].

Дослідженням асортименту і якості парфумерних товарів займались такі російські та українські вчені: Васильєва І. І., Вілкова С. А., Яковлєва Л. А., Кутакова Г. С., Вотченікова О. В., Писаренко Т. П., Реміга А. О. тощо. Проте публікації, що містять аналіз вітчизняного ринку парфумерних товарів, є нечисленними. З огляду на це, постає необхідність актуальним є дослідження ринку парфумерних товарів в Україні.

Метою дослідження є визначення основних напрямів розвитку вітчизняного ринку парфумерних товарів.

Предметом дослідження є проблеми формування та розвитку ринку парфумерних товарів в Україні.

Український парфумерно-косметичний ринок є третім за величиною серед ринків Східної Європи, після Польщі і Росії [4, с. 298]. Разом з тим український ринок є ненасиченим. За останні декілька років ринок парфумерії і косметики стабільно зростав: в кількісному вираженні в середньому близько 20 %, в грошовому — не менше 25 % щорічно. Ця тенденція відображенна на рис. 1.

На ринку парфумерних товарів України питома вага продукції вітчизняного виробника дуже мала. Стан економіки суттєво відобразився на цій галузі. Зарубіжна парфумерія посідає провідні позиції як за кількістю, так і за якістю.

Частка вітчизняних виробників на ринку парфумерії продовжує скорочуватися — в 2011 році вона склала 13 % у кількісному вираженні і 15 % — у вартісному. В 2004 р. в Україні діяли 14 ліцензій на виробництво парфумерії, в 2006 р. — 8, а до початку 2010 р. їх залишилося 6 [7, с. 11]. Вітчизняні виробники, зважаючи на застарілі технології, поки що не можуть скласти конкуренцію всесвітньо відомим брендам. Крім того, цей бізнес невигідний через зростання акцизів на спирт, частка якого у виробництві продукції складає 80 %. З урахуванням витрат на денатурацію і доставку спирту, купівлі парфумерної композиції, флакона тощо роздрібна ціна парфумерії вітчизняного виробництва складає 100–150 грн. за 100 мл. Виробництво продукції «низького» мас-маркету стає нерентабельним, а виходити на більш високий рівень виробникам не дозволяє низька купівельна спроможність українських споживачів.

Зниження внутрішнього виробництва парфумерних виробів, що відзначається з 2008 року, зберігається до теперішнього часу. Вихід із ситуації виробники бачать або

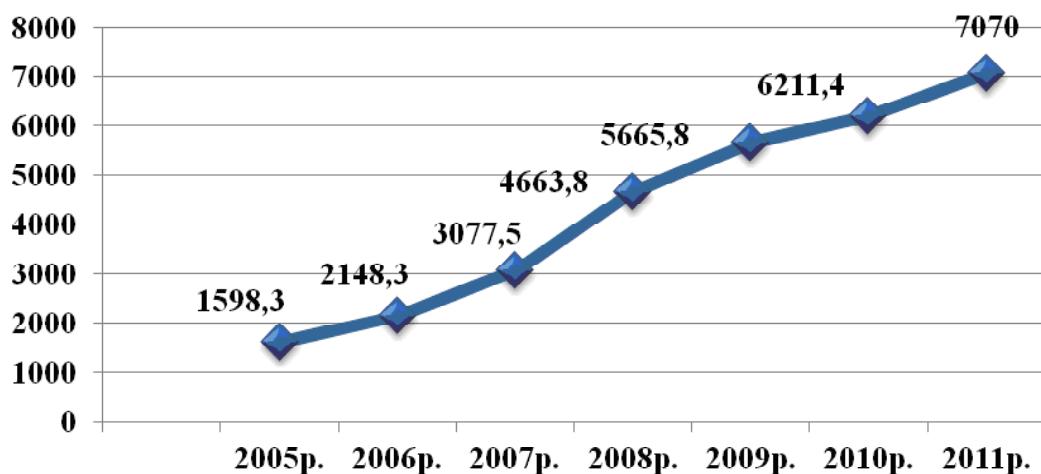


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту парфумерно-косметичних товарів в Україні в 2005–2011 роках, млн. грн. [8, с. 286]

у виробництві дорогої продукції (наприклад, парфумів), або у використанні безакцизної сировини, оскільки на світовому ринку розвивають технології безспиртового виробництва парфумерії. Втім, для запуску їх у виробництво потрібні зацікавлені інвестори, яких, за рідкісним винятком, немає.

На рис. 2 наведено динаміку виробництва парфумерних виробів в Україні в 2007–2012 роках.

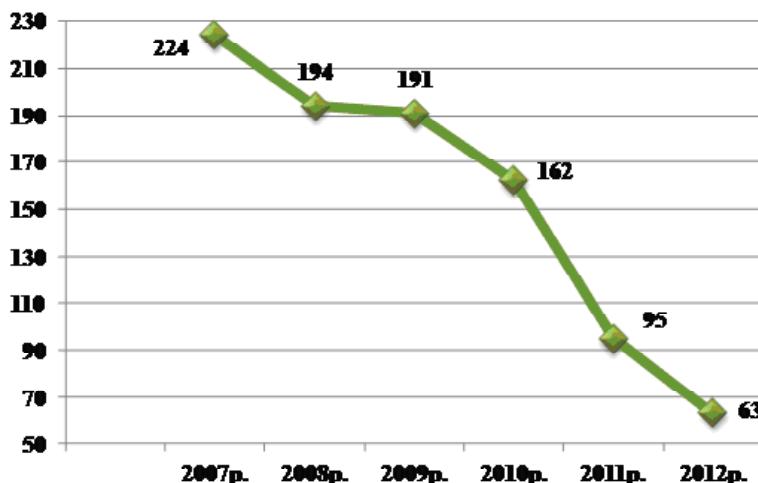


Рис. 2. Виробництво парфумерних товарів в Україні в 2007–2012 роках, тис. дал [6, с. 237; 1, с. 45; 2, с. 69]

За результатом аналізу даних Держкомстату України про виробництво парфумерних виробів в Україні, відзначено невтішну для вітчизняних виробників тенденцію. За період 2007–2012 років щороку спостерігалося зменшення обсягів випуску парфумерних товарів, причому це зменшення складало від 1,5 % (у 2009 році порівняно з 2008 роком) до 41,4 % (у 2011 році порівняно з 2010 роком). Якщо в 2007 році в Україні було вироблено 224 тис. дал парфумерних товарів, то в 2012 році — вже тільки 63 тис. дал, тобто в 3,56 рази менше.

На сьогодні серед провідних вітчизняних виробників на парфумерному ринку експерти виділяють наступних: ТзОВ ПВК «Авалон» (м. Сімферополь), ТзОВ «Аромат»

і ПрАТ «Ефект» (обидва — м. Харків), ТзОВ «Галтерра» і ТзОВ «Європарфум» (обидва — Львівська обл.), ПП «Вексхолд» (м. Київ) [7, с. 11]. Найбільше парфумерних товарів виробляється в Західній Україні — 51,1 % від загального обсягу виробництва (рис. 3).

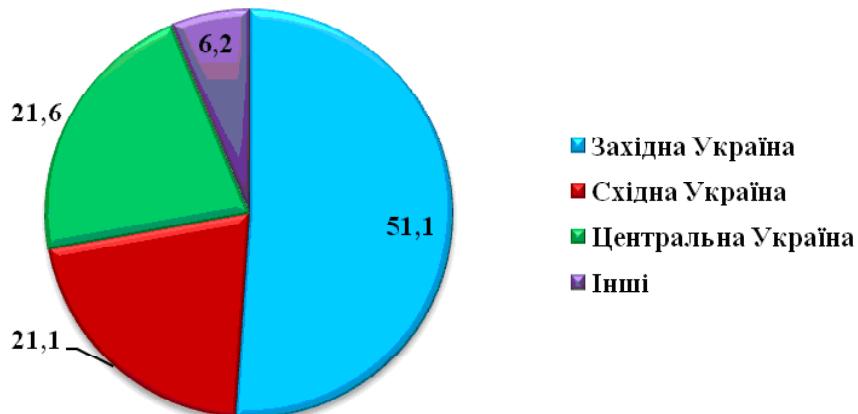


Рис. 3. Структура виробництва парфумерних товарів в Україні в 2010 році, % [7, с. 26]

Львівське ТзОВ «Галтерра» — невелика парфумерна фірма, на якій працює 34 працівники. Вона випускає досить обмежений традиційний асортимент одеколонів для чоловіків — «Трійний», «Саша», «Шипр», «Дипломат» та ін., всього 16 найменувань у скляних флаконах місткістю 90 та 190 мл. Крім того до асортименту цього підприємства входить 3 одеколони «мас-маркет» у скляних флаконах місткістю 100 мл з пульверизаторним розпилюванням — «Tobacco», «El Paso», «Black Dragon». Свою продукцію підприємство експортує до Естонії та Латвії.

ТзОВ «Європарфум» засноване в 1992 році, сьогодні на підприємстві працює 96 працівників. Виробничі потужності підприємства дозволяють випускати 3–4 млн. шт. одеколонів на місяць. Більша частина продукції реалізується на внутрішньому ринку. Парфумерна продукція ТМ Росо виробництва ТзОВ «Європарфум» за час існування підприємства експортувалася також в Росію, Литву, Естонію, Білорусь, Молдову, Грузію, Грецію. Компанія випускає 18 різновидів одеколонів для чоловіків («Трійний», «Саша», «Російський ліс», «Дипломат», «Шипр», «Консул», «Росо», «Ратуша» тощо у скляних флаконах місткістю 80, 100 та 190 мл) та 20 різновидів парфумів для жінок («Зодіак», «Тет-а-тет», «Весняна ніч», «Ольга», «Для тебе...», «Білий бузок», «Конвалія», «Пармська фіалка»). Як бачимо, асортимент ТзОВ «Європарфум» також переважно традиційний, тільки кілька різновидів парфумерних виробів є оригінальними. Для виробництва парфумерної продукції підприємство використовує скляні флакони власного виробництва та парфумерні композиції, імпортовані з Франції. Одеколони постачаються на ринок в картонних футлярах та без них, парфуми — в картонних футлярах.

Кримське ТзОВ ПВК «Авалон» засноване в 1995 році, сьогодні на підприємстві працює 106 працівників. На продукцію ТзОВ ПВК «Авалон» припадає більше 20 % всіх обсягів роздрібного продажу парфумерної продукції в класі мас- та мідл-маркет в Україні. Продукція цього підприємства експортується також в країни СНД, Близького Сходу та Східної Європи. У виробничому процесі компанія використовує парфумерні композиції з Франції, Іспанії, Італії, Австрії та Німеччини. Сьогодні ТзОВ ПВК «Авалон» випускає понад 250 найменувань парфумерної продукції і щорічно розробляє понад 20 нових позицій. Це одеколони, туалетні води та парфумерні набори для чоловіків, туалетні води та парфумерні набори для жінок. Серед них є традиційні назви, такі як «Красная Москва», «Быть может», «Серебристый ландыш», «Саша», «Консул», «Для мужчин»,

«Тет-а-тет», «Дипломат», але переважну більшість асортименту складають парфумерні вироби з новими оригінальними назвами. Різноманітнішим є фасування парфумерних виробів — у флакони місткістю 8, 18, 45, 50, 60, 70, 80, 100, 110, 120 мл. Переважна більшість парфумерних виробів ТзОВ ПВК «Авалон» постачається в картонних футлярах.

Харківська парфумерно-косметична фабрика ТзОВ «Аромат» (кількість працівників — 115) заснована в 1998 році і спеціалізується в основному на виробництві косметичних виробів, але випускає і широкий асортимент одеколонів та туалетних вод. Компанія експортує свою продукцію в Білорусь, Чехію, Естонію, Грузію, Німеччину, Казахстан, Киргизстан, Латвію, Молдову, Росію.

Технологічний процес виготовлення парфумерних виробів в ТзОВ «Аромат» побудований за класичними законами парфумерного виробництва. До складу виробів входять парфумерні композиції, які постачають провідні компанії з Франції, Швейцарії, Англії, Іспанії, Німеччини та Японії.

Одеколони виробництва ТзОВ «Аромат» — це, переважно, одеколони традиційного асортименту, що в значній мірі подібний до асортименту інших виробників — «Трійний», «Саша», «Шипр», «Дипломат», «Бузок», «Містер Х». Вони постачаються на ринок в скляних флаконах місткістю 85 мл («Трійний» — місткістю 100 та 185 мл) в картонних футлярах або без них.

Туалетні води ТзОВ «Аромат» випускаються для чоловіків та жінок в оригінальних скляних флаконах місткістю 80, 95, 100, 110 мл (чоловічі) та 30, 50, 95 мл (жіночі) і в картонних футлярах. Для них характерні різні напрямами ароматів — квіткові, фруктові, пряяні, східні, фужерні тощо.

Чоловічі туалетні води випускаються серій «Для любителів футболу» («Gold goal», «Final game», «Your club»), «OdorMan» («Provocative», «Deluxe», «Brave»), «3D» («Desire», «Delight», «Decide»), «Ексклюзив» («Pride», «Adventur», «Courage», «Enjoy»), «Due To Men» («L'Anven 9», «Brastolini», «Carl Aurele»). Крім того, випускається елітна серія чоловічих туалетних вод в широкому асортименті — «DonGuan», «Dakar Rally», «Man in Black», «Gin Aqua», «21&21», які за ароматом та зовнішнім оформленням не поступаються відомій європейській парфумерії, а часто й імітують її.

Жіночі туалетні води у ТзОВ «Аромат» випускаються 45 найменувань. Вони поділені на окремі лінійки, призначені для жінок з різним характером, стилем життя, уподобаннями. Так, лінійка туалетних вод «Edmond Dupery» призначена для ніжних, витончених, загадкових жінок. Це туалетні води «reVeur», «Vie», «Un charme femelle», «Un desir femelle» переважно з квітковими та фруктовими ароматами. Серія «Precious» («Дорогоцінні камені») створена для романтичних і вишуканих жінок. До цієї серії входять туалетні води «Precious Sapphire» (аромат квітковий, фруктовий), «Precious Emerald» (аромат квітковий, пудровий), «Precious Pearl» (аромат квітковий, водний), «Precious Diamond» (аромат квітковий, свіжий), «Precious Ruby» (аромат квітковий, східний) та інші. Елітна серія жіночих туалетних вод випускається в найширшому асортименті — 32 найменування з різними відтінками аромату, переважно квітково-фруктові. Серед них виділяють «Neon Rose», «Lady in red», «Business Lady», «Feeria color», «Sweet Cherry», «J'astly», «Miramax», «Modeleine Cote», зовнішнє оформлення (дизайн, форма флакона, колір) яких нагадує оформлення парфумерних виробів відомих світових парфумерних брендів.

ПрАТ «Ефект» (м. Харків) — одне з найстаріших парфумерно-косметичних підприємств України, на якому випуск перших парфумерних виробів розпочався ще в 1934 році. Сьогодні на підприємстві працює 262 працівники. Асортимент парфумерних виробів ПрАТ «Ефект» включає запашні води та одеколони без футлярів та в футлярах.

Підприємство випускає 5 видів запашних вод — «Лимон», «Свіжість», «Ранок», «Перлинна посмішка» та «Огіркова» в скляних флаконах місткістю 100 та 195 мл.

Асортимент одеколонів ПрАТ «Ефект» досить традиційний і в значній мірі повторює асортимент інших виробників — «Трійний», «Саша», «Шипр», «Дипломат», «Бузок», «Містер Х», «Гвоздика», «Російський ліс» тощо — всього 22 найменування. Всі 22 найменування одеколонів випускаються без футлярів в скляних флаконах місткістю 87 мл, «Трійний» — місткістю 100 та 190 мл. 12 найменувань одеколонів з 22 випускаються ще й в картонних футлярах — «Гавана», «Дипломат», «Для мужчин», «ДМБ», «Комфорт», «Консул», «Красная Москва», «Містер Х», «Сафари», «Саша», «Спорт-клуб», «Тет-а-тет».

ПП «Вексхолд» створене в 1994 році в Києві як виробник парфумерної та ароматичної продукції. Сьогодні компанія випускає парфумовані води та парфуми для жінок та парфумовані води для чоловіків європейської якості. Вся парфумерія випускається в картонних футлярах. До виробничого асортименту ПП «Вексхолд» входить 8 найменувань парфумованих вод для чоловіків, які розфасовані в скляні флакони місткістю 60 та 100 мл — «Argument», «Le Demon de la nuit», «JetSet», «Active Volcano», «Drift Ice», «Had Better Paris», «Had Better new», «Epicentre». Для жінок підприємство випускає парфумовані води «Fete», «Fete en Vert», «Fete en Rouge», «Principe de la beaute», «Margaritte Duras», «Infinity», «Imaginare» в скляних флаконах місткістю 40, 55, 60 та 100 мл, концентровані парфуми «Perfi» у скляних флаконах місткістю 50 мл та 9 різновидів парфумів «Naturellement» у флаконах місткістю 19 мл. Вся парфумерна продукція виробляється на основі французьких парфумерних композицій і фасується в австрійські скляні флакони.

Таким чином, бачимо, що переважна більшість провідних вітчизняних виробників парфумерних товарів випускають традиційний асортимент одеколонів, парфумів, туалетних та парфумованих вод. Пахучі води випускає тільки один виробник — ПрАТ «Ефект». Разом з тим, слід зазначити, що найменування практично всіх парфумерних товарів, що виробляються в Україні — російськомовні або англомовні. Складається враження, що українські виробники орієнтується виключно на експорт своєї продукції.

Великою проблемою є і те, що аромат або дизайн багатьох упаковок парфумерних виробів дуже нагадує відомі світові бренди, тобто є їх імітацією або версією — легальними різновидами підробки парфумерних виробів. Версія парфумерії імітує тільки аромат оригінальних парфумів, але розливається у флакони, не схожі на фірмові. Імітація парфумерії дуже схожа на фірмовий продукт. Зовнішній вигляд, дизайн, упакування такі ж. Тільки в назві змінюються одна або дві букви. Виробники версії або імітації чесно (хоча найчастіше її малопомітним чином, наприклад дрібним шрифтом) відмінюють, що це не фірмові парфуми, а їх інтерпретація для тих, кому оригінал недоступний. Така парфумерія дуже поширена й у нашій країні. Міжнародна торговельна палата встановила, що за обсягом постачань підробленої парфумерії на європейський ринок (19 %) Україна поступається лише Китаю (37 %) [4, с. 262–263].

Однак, у 2010 році європейські країни (за винятком країн Балтії, а також Німеччини) практично перестали закуповувати український товар. Адже з урахуванням витрат на доставку вартість української продукції порівняна з вартістю продукції місцевих і відоміших європейцям виробників. Хоча ціни на український і імпортний товар в середньому одного порядку, українські парфумерні товари не здатні замістити хоча б польську і російську продукцію на внутрішньому ринку. Введення в 2004 році акцизного збору на спирт для парфумерії, зумовило зниження обсягів експорту парфумерних товарів. Обсяги експорту та імпорту парфумерних товарів в 2008–2010 роках наведені в табл. 1.

Таблиця 1
Зовнішня торгівля парфумерними товарами в Україні в 2008–2010 роках [7, с. 70–73]

Роки	Експорт		Імпорт	
	В натуральному вираженні, т	У вартісному вираженні, тис. дол. США	В натуральному вираженні, т	У вартісному вираженні, тис. дол. США
2008	1236,4	7950,7	8226,2	172843
2009	1262,8	7092	6040,8	117104
2010	957,3	6444	7137,4	121942

У загальних обсягах експорту парфумерної продукції практично половину постачань здійснювала компанія ДП «Ейвон Косметікс Юкрейн» і ТзОВ «Лореаль Україна». Постачання здійснювалися в Грузію, Казахстан, Білорусь, Узбекистан, Азербайджан. Серед найбільших українських виробників-експортерів парфумерних виробів слід відзначити ТзОВ ПВК «Авалон», ТзОВ «Аромат», ТзОВ «Галтерра», ТзОВ «Перша Парфумерна компанія», ПрАТ «Ефект». Основними країнами-імпортерами української парфумерії в 2010 році стали Естонія (30 % від загального обсягу експорту), Латвія (25,6 %), Білорусь (23 %) і Грузія (21,4 % об'єму українського експорту) [5, с. 75]. У невеликих обсягах продукція поставлялася до Німеччини, що є великим проривом для вітчизняних парфумерів, оскільки це відкриває можливості експорту для нашої продукції через німецьких представників ще й в інші країни Євросоюзу.

Найбільшими імпортерами парфумерної продукції до України є Польща, Російська Федерація, Німеччина, Франція та Китай.

У імпорті парфумерії на український ринок найсприятливіші умови в останні роки склалися для продукції класу «мас-маркет». Одним з чинників зростання продажів парфумерії в цьому сегменті є вибір продукції споживачами, які раніше користувалися продукцією «міддл-класу» і навіть селективною парфумерією (класу «люкс»).

У структурі імпорту туалетної води збільшення частки продукції масового попиту було характерним практично для усіх постачальників. В основному, постачання цієї продукції здійснювалося з ОАЕ і Китаю. Досить великі об'єми туалетної води класу «мас-маркет» імпортуються з Польщі і Росії. У структурі постачань туалетної води з цих двох країн домінувала продукція торгової марки AVON, виготовлена на дочірніх підприємствах одноїменної транснаціональної компанії (Avon Operations Polska і Эйвон Бьюти Продактс Компані) [7, с. 9].

Збільшилася активність імпорту з боку компаній direct selling (прямий продаж). Максимальна активність у запуску ароматів, так званими компаніями прямих продажів, спостерігалася в 2010 році. Вони почали випускати «зоряні» аромати і рекламивати їх залученням знаменитостей, у тому числі і на телебаченні.

З початком кризи на парфумерному ринку збільшилися об'єми контрафакту і «срібного» імпорту. Засилля контрафактного товару на ринках, в невеликих магазинах складає відчутну конкуренцію вітчизняним виробникам, продукція яких реалізується виключно в класі «мас-маркет». Імпортери селективної парфумерії також відмічають збільшення частки фальсифікату в їх сегменті. Контрафакт проникає навіть на прилавки супермаркетів, торгових центрів. Підроблена селективна парфумерія реалізується і через інтернет-магазини.

Український ринок парфумерних товарів вважається другим у світі після Китаю за обсягом реалізації фальсифікованої продукції; експерти вважають, що цей показник

сягає 60 % внутрішнього ринку зазначених товарів. Придбання такої продукції пов'язане з певним, а не рідко і значим, ризиком для життя та здоров'я споживачів [4, с. 296].

Слід зазначити, що структура споживання парфумерних товарів в Україні та Європі дещо відрізняється. Так, у 2010 році частка парфумів, одеколонів і парфумованих вод склала 56,3 %, тоді як продаж туалетних вод — 43,7 %. [7, с. 21].

За даними представників вітчизняних мереж, ринкова частка спеціалізованих торгових точок зросла до 20–30 %. Звичайно, найбільше в Україні у Києві, де ця частка сягає 70 % (блізько 40–50 % належить спеціалізованим магазинам та 20 % — спецвідділам у супермаркетах). У регіонах на базарах реалізується поки що понад 80 % парфумерії, однак і там ця частка невпинно зменшується. Левова частка парфумерної продукції реалізується через так звані дрогери (Drogerie — формат роздрібної торгівлі, мережеве торгове підприємство, що орієнтоване на продаж асортименту товарів першої необхідності, в основному непродовольчих — парфумерії, косметики, побутової хімії, засобів гігієни), що представлені на вітчизняному ринку досить широко — «Watson», «Космо», «Єва», «Brocard», «L'Escale» тощо. Найвагомішою на ринку парфумерних товарів в Україні, за даними експертів Euromonitor і Planet, є міжнародна мережа Watsons (212 магазинів формату дрогері у 64 містах в усіх регіонах України) [7, с. 11].

Продаж парфумерії залежить від сезону: за 5 місяців (з середини жовтня до середини березня) торговці отримують 70 % річної виручки. Саме у цей період найбільше свят, до яких українці звикли купувати собі й іншим подарунки, переважно косметику і парфумерію. Однак, на парфумерному ринку України з початком економічної кризи помітна тенденція скорочення попиту. Збільшення цін і зниження купівельної спроможності населення є лімітуючими факторами зростання продажу парфумерії. Збільшення реалізації фіксували тільки ті виробники, які активно розширювали асортимент і докладали значних зусиль для розвитку своїх торговельних марок. Скорочення продажів стали причиною того, що покупці товарів низьких і середніх цінових сегментів (90 % загальних продажів у кількісному вираженні), почали економити на подарунках. Тому, якщо у докризові роки в передсвятковий тиждень продаж збільшувався в 3 рази порівняно із звичайними тижнями, то в 2010–2012 роках — лише в 2 рази, та й то не скрізь. В першу чергу, ця тенденція спостерігалася під час реалізації парфумерної продукції низького цінового сегменту вартістю не більше 100 грн. за 50–100 мл на ринках і виставках-ярмарках. Що ж стосується продажу парфумерії середнього цінового сегмента (100–500 грн. за 1 од.), то тут ситуація є наступною. Цей товар переважно пропонували в мережі магазинів формату «драгері» та немережеві точки. До кризи в таких магазинах не був у дивину «люксовий» товар — «масстіж», оскільки середній клас багатій і міг собі дозволити купити атрибути красивого життя.

Сьогодні продукція класу «масстіж» вартістю 500–1000 грн. за 1 од. поступилася в обсягах продажів продукції ціною 100–200 грн. за 1 од. Тут стала популярною продукція так званих іменних брендів (товари, що випускаються під торговими марками знаменитостей, виробників одягу, аксесуарів, але все одно відносяться до парфумерії мас-маркету).

Внаслідок підвищення попиту в мережах «драгері», з'явилася вітчизняна продукція приблизно по 80–100 грн. за 1 од. Результатом розвитку даної тенденції в мережах «драгері» стало активне скорочення пропозиції парфумерії класу «люкс» і площ, відведеніх під дану категорію товарів, зокрема, більшість парфумерно-косметичних мереж обмежили асортимент селективної парфумерії до 20–30 найменувань і зняли з полиць упаковки великих об'ємів. Це вже привело до того, що споживач вирішив, ніби в мережах «драгері» немає вибору парфумерії, і перестав запитувати продукцію класу «люкс».

Економлячи на витратах, оператори парфумерного ринку розвивають метод реалізації товару в обхід торгових точок. У кризу на парфумерному ринку посилилася диверсифікація каналів і форматів збути. Поряд з просуванням товарів в продовольчий рітейл, а також на відкриті ринки, оператори все частіше звертаються до direct selling — так званих прямих продажів, що є одним із способів реалізації товару поза торговими точками. На етапі входження в ринок його активно використовують як вітчизняні виробники, так і оператори країн — сусідів України (скажімо, Польщі і Росії). Окрім того, останні два-три роки до нього вдаються компанії, що реалізують свою продукцію через традиційні канали збути. За даними дослідницької компанії Euromonitor International, за підсумками 2010 року частка direct selling в структурі збути склада 27,1 % [7, с. 13].

Переваги реалізації поза торговими точками очевидні: компаніям, що займаються цим видом бізнесу, немає необхідності вибудовувати звичайний збутовий ланцюжок, витрачати нерви і гроші на співпрацю з роздрібними підприємствами тощо. Просувати товар через аптеки, супермаркети, власні роздрібні торгові точки дорожче, ніж створити умови для дистрибуції для всіх бажаючих займатися збутом такого товару.

Післякризові 2009–2012 роки були справжнім випробуванням для операторів парфумерного ринку в Україні, тривало скорочення платоспроможного попиту населення. Весь цей час виробники шукали вихід із ситуації. Одні знижували собівартість товару, економлячи на деталях упаковки і використовуючи дешевшу тару та агресивніші хімічні компоненти, ризикуючи при цьому втратити вимогливих покупців. Інші бурхливо розвивалися, освоювали суміжні ринки, намагаючись диверсифікувати свій бізнес як за асортиментним портфелем, так і за географією присутності, нарощуючи експортний потенціал. Треті переходили на прямі контракти з торговельними мережами, економлячи на дистрибуторах, і виробляли товар для власних торгових марок рітейл-операторів.

На нашу думку, така ситуація збережеться і в 2013 році. Разом з тим, роздрібні канали збути будуть набувати європейської структури. Зокрема, культура споживання парфумерної продукції неминуче призведе до скорочення відкритих ринків і заміщення їх на формат мережевий, включаючи мережі фірмових магазинів виробників. Можна також прогнозувати зростання ринку в сезоні 2013–2014 років на 15–20 % у вартісному виразі. Але цілковитої впевненості в тому, що платоспроможний попит почне рости — немає. Розвиватися зможуть тільки ті компанії, які зуміють адаптуватися до жорстких реалій ринку і знайти свою нішу.

У цілому, український ринок парфумерних товарів є одним з найбільш містких і перспективних серед інших непродовольчих товарів. На сучасному етапі для вітчизняних виробників головними завданнями є: покращення якості і розширення асортименту продукції, підвищення її конкуренто-спроможності, а також активніше її просування на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Література

1. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень–грудень 2011 року // Статистичний бюллетень Державного комітету статистики України. — К., 2012. — С. 45. : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Виробництво промислової продукції за видами в Україні за січень–грудень 2012 року // Статистичний бюллетень Державного комітету статистики України. — К., 2013. — С. 69. : [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Волченкова О. В. Оцінка рівня якості парфумерних товарів // Товарознавство та інновації [Текст] : зб. наук. пр. — Вип. 2. — Голов. ред. О. О. Шубін. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. — С. 50–59.
4. Писаренко Т. П. Особливості застосування органолептичних і фізико-хімічних методів досліджень для експертизи аутентичності парфумерних товарів / Т. П. Писаренко, А. О. Реміга //

Товарознавство та інновації [Текст] : зб. наук. пр. — Вип. 2. — Голов. ред. О. О. Шубін. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. — С. 296–304.

5. Попова О. С. Тенденції розвитку сучасного ринку парфумерних товарів / О. С. Попова, К. В. Тишлек, В. І. Рибаченко, І. Новак // Актуальні питання сучасного товарознавства [Текст] : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Донецьк, 12–13 квітня 2012 р. / Донецький національний університет економіки й торгівлі. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. — С. 74–76.

6. Промисловість України в 2007–2010 роках. Статистичний збірник. — За ред. Л. М. Овденко. — К. : Державна служба статистики України, 2011. — 307 с.

7. Ринок парфумерії в 2010 году: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.marketing.vc>.

8. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Текст] : ред. Осауленко О. — К. : ТОВ «Август Трейд», 2012. — 558 с.

Луців Н. В.

ПРОБЛЕМЫ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА ПАРФЮМЕРНЫХ ИЗДЕЛИЙ

В статье исследованы особенности и проблемы развития современного рынка парфюмерных изделий в Украине, рассмотрена динамика производства, продажи, экспорта и импорта парфюмерной продукции, особенности спроса и сбыта, очерчены основные проблемы относительно ассортимента и качества парфюмерных изделий украинских производителей.

Ключевые слова: парфюмерные изделия, духи, туалетная вода, парфюмированная вода, душевая вода, одеколон, рынок, имитация.

Lutsiv N. V.

THE PROBLEMS AND BASICS OF PROGRESS AT HOME MARKET OF PERFUME WARES

In this article investigated features and problems of development at modern market of perfume wares in Ukraine, the dynamics of production, sales, export and import of perfume products, feature of demand and sales, outlined basic problems in relation to an assortment and quality of perfume wares of the Ukrainian producers.

Keywords: perfume wares, perfumeries, edt, perfume water, sweet-scented water, eau-de-cologne, market, imitation.

УДК 637.1(4 77.83)

Сенік Л. Я.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПИТНОГО МОЛОКА В УКРАЇНІ

Розглянуто сучасний стан та перспективи розвитку ринку питного молока України, зокрема Львівщини. Обґрунтовано основні стратегічні напрямки розвитку молокопереробних підприємств, що сприятимуть досягненню конкурентних переваг на ринку молока.

Ключові слова: молоко, ринок молока, місткість ринку, сегментація ринку, сировина, виробники, кон'юнктура ринку.

Важливою складовою аграрного ринку України є ринок молока та молочних продуктів. Відповідно до науково обґрунтованих норм харчування молочні продукти повинні складати не менше однієї третьої харчового раціону людини, тому погіршення стану молочного ринку негативно впливає на здоров'я населення.

Протягом останніх десяти років в молочному секторі спостерігаються негативні процеси, а саме: зменшення обсягів виробництва, скорочення поголів'я та зниження продуктивності корів, товарності, зростання збитковості та інші.

Внаслідок негативної тенденції розвитку ринку молока та молочних продуктів та впливу зовнішньоекономічних й внутрішньогалузевих факторів в країні значно зменшилися обсяги виробництва молочних продуктів, зросла різниця між закупівельними і роздрібними цінами, що призвело до катастрофічного зниження рівня споживання молока і молочних продуктів.

Аналіз сучасного стану та перспективи функціонування молокопереробної промисловості України розглядались у працях таких вчених як С. В. Захарін, В. М. Бондаренко, М. М. Ільчук, Т. Л. Мостенська, М. К. Пархомець, Л. В. Протасова, Г. В. Чабан.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану ринку молока в Україні, виокремлення позитивних та негативних тенденцій, які відбуваються в молочній галузі.

Предметом дослідження є сучасний стан та основні напрямки розвитку ринку молокопереробної промисловості України.

Об'єктом дослідження є конкурентні можливості вітчизняної молокопереробної промисловості.

Молокопереробний сектор відіграє важливу роль в економіці країни. Кон'юнктура світового ринку сприяє виробництву молочних продуктів: високі ціни стимулюють збільшення обсягів виробництва, а зростання населення сприяє збереженню високих цін на молочні продукти в довгостроковій перспективі.

За даними української Спілки молочних підприємств у світі в середньому в рік виробляється 714 млн т молока. Україна із показником 8,2 млн т входить до десятки лідерів виробників молока й молочної продукції. Найкрупнішими світовими виробниками є Індія (112,1 млн т), ЄС-27 (148 млн т), США (87 млн т), Китай (36,7 млн т), Росія (31,8 млн т), Бразилія (29,5 млн т), Нова Зеландія (15,48 млн т), Австралія (9,02 млн т), Білорусія (6,6 млн т) та Казахстан з обсягом (5,38 млн т) [6].

Фахівці прогнозують, що найближчим часом попит на молоко в світі зростатиме, в першу чергу, за рахунок таких країн, як Індія, Пакистан, Китай, країн Північної Америки, Близького Сходу та інших, що можуть споживати і українську продукцію в тому числі.

Ряд найбільших мультинаціональних компаній-виробників молочної продукції також присутні на українському ринку. Це — Данон, Лакталіс (обидві — Франція). У деяких країнах світу ринок молока і молокопродуктів повністю консолідований (Данія, Швеція, Нідерланди). Порівняно з розвиненими країнами Європи в Україні переробка

молока перебуває на низькому рівні. Водночас, серед світових компаній, які за останній час найбільше купували активи, три компанії мають потужності з виробництва в Україні — Лакталіс, Мілкленд, Вімм Білль Данн.

Молокопереробний комплекс складається з таких складових, як: виробництво, заготівля, переробка та реалізація продукції. До молокопереробної галузі відносяться такі групи виробництва: маслоробна, сироробна, виробництво продукції з незбираного молока та молококонсервне виробництво.

Виробництво та збут молока має локалізований характер. Молоко є швидкопасуючим, малотранспортабельним продуктом першої необхідності, тому ринок молока характеризується низькою ціновою еластичністю попиту. На цінову еластичність впливають попит і пропозиція молока, наявність і собівартість молока — сировини, державна політика у формуванні механізму виплати дотацій, підтримки вітчизняного фермера, товаровиробника. Ці ж фактори впливають на формування гуртового та роздрібного ринків молока.

На формування вітчизняного ринку молока в цілому впливають мікро- та макроекономічні фактори. Негативний вплив на його розвиток має: світова економічна криза, що призвела до зниження платоспроможності населення, зміну міжгосподарських та міжгалузевих зв'язків суб'єктів господарювання.

Згідно даних Держкомстату України у 2011 році виробництво молока становило 8,2 млн. т., що на 26,7 % нижче у порівнянні з попереднім роком (табл. 1., рис. 1).

Таблиця 1
Виробництво та споживання молока в Україні за 2006–2011 pp. [3]

Показники	Роки					
	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Поголів'я корів, тис. голів	3347	3096	2856	2737	2755	2659
Середній річний удій молока, кг	3652	3665	3793	4049	3985	3564
Виробництво молока, тис.тонн	13287	12262	11761	11610	11254	8248
Виробництво молока на 1 особу, кг	284	263,6	254,3	252,4	245,3	181,4
Споживання молока на 1 особу, кг	235	225	213	212,2	211,1	198,6



Рис. 1. Виробництво молока в Україні, млн. т [3]

Перше місце по виробництву молока займає Вінницька область, яка за 2011 рік справила 800 тисяч тонн молока, друге місце належить Полтавській та Харківській областям. На рівні 2010 року утримали виробництво ще 6 регіонів, серед яких Львівська, Тернопільська, Миколаївська та Дніпропетровська області.

У сільськогосподарських підприємствах усіх областей України, окрім Одеської, спостерігається збільшення середнього надою молока від однієї корови. Так, по чисельності поголів'я корів всіх категорій господарств — більше 150 тисяч тонн, у 2011 році перші місяці утримують Вінницька, Харківська та Львівська області.

Аналізуючи дані табл. 1, слід зазначити, що протягом десяти останніх років зросло близько на 60 % споживання молока та молочних продуктів. Якщо на одну людину у 1990 році припадало 373 кг/рік молочних продуктів (у перерахунку на молоко), в 1995 р. показник складав 244 кг/рік, то у 2011 році — 199 кг/рік. Для порівняння: у Франції середньорічний показник споживання молока складає — 440 кг, у Німеччині — 430 кг, у Данії — 380 кг, в Росії — 285 кг (рис. 2).

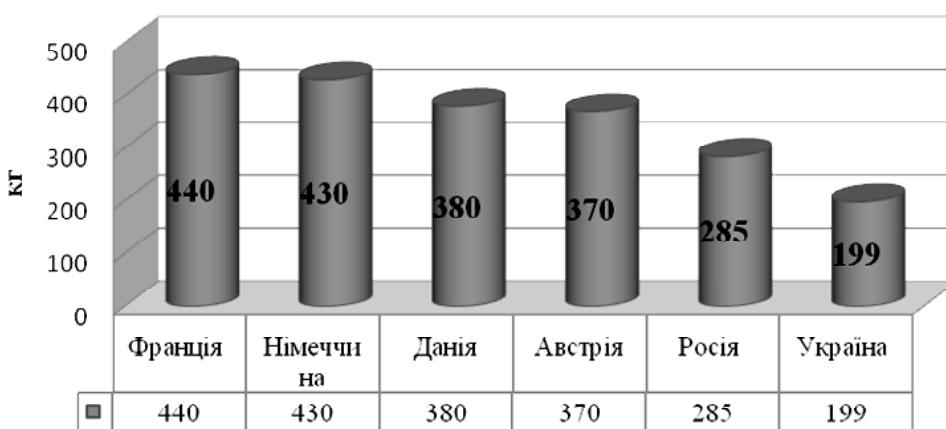


Рис. 2. Середньорічний показник споживання молочних продуктів (в перерахунку на молоко), кг протягом 2011 р. [3]

Відкриття кордонів країн ЄС сприяло істотному зростанню експорту молочної продукції, переважно знежиреного сухого молока та сирів. У 2010 році з України було експортовано лише 41 млн. т молочної продукції, що становить 5,6 % загального обсягу виробництва. Це найнижчий рівень за останні роки.

Зовнішня торгівля України у 2011 р. відображала наступну динаміку: експортовано молока і молочних продуктів було близько 933 тис. т в перерахунку на молоко, що на 20 % менше ніж за 2010 р. Імпорт становив — 469 тис. т, відповідно, що в 2 рази більше ніж за вказаний період. Зростання імпорту молокопродуктів в Україну у 2011 р. пов'язано зі збільшенням ввезення вершкового масла (16347 т — проти 2786 т за 2010 р.), 91 % якого має білоруське походження. Дані тенденція вказує на зменшення вітчизняного виробництва, внаслідок несприятливої цінової кон'юнктури на світовому ринку сухого молока, яке є похідним продуктом виробництва масла (табл. 2).

Нині вітчизняні підприємства молокопродуктового підкомплексу задля збільшення частки зовнішньої торгівлі проводять модернізацію та впроваджують у виробництво нові технології, нарощують виробничі потужності, що наближає продукцію до європейських стандартів. Це зумовлює зниження втрат сировини, розширення асортименту й сприятиме виробленню високоякісної молочної продукції.

Зважаючи на збереження високих світових цін і підвищений попит на майже всю молочну продукцію, ситуація в зовнішній торгівлі в наступному році повинна бути сприят-

Таблиця 2
Обсяги українського експорту та імпорту молочної продукції, тис. т [3]

Вид продукції	Експорт			Імпорт		
	2010 р	2011 р	2011 р. до 2010 р., %	2010 р	2011 р	2011 р. до 2010 р., %
Сири всіх видів	804,0	795,1	98,9	95,5	66,2	69,3
Молоко та вершки, згущені та сухі	79,7	32,2	40,4	9,1	63,8	701,0
Маслянка, вершки, йогурт та кефіри	4,5	9,9	220	10,5	3,1	29,5
Масло вершкове та інші жири	19,2	2,8	14,6	351,5	1757,5	590

ливовою для українських експортерів, зокрема у випадку з сухими молокопродуктами. Обсяг експорту вітчизняної молочної продукції залежатиме від обсягів її виробництва, експортної ціни, попиту на зовнішньому ринку та інших факторів.

На даний час в Україні нараховується близько 350 підприємств по переробці молока, з яких 15–8 підприємств виготовляють до 70 % молочної продукції (рис. 3.). Така кількість підприємств призводить до того, що ринок досить «подріблений», у числі найбільших компаній — Мілкленд, ВіммБілльДанн, Lactalis, Юнімілк, Danone, Злагода, Rainford, Галичина і інші [4].

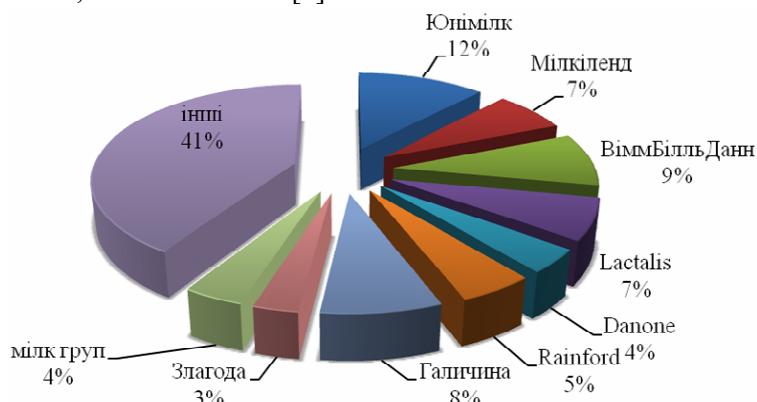


Рис. 3. Ринкові частки основних виробників на ринку молочної продукції, % [4]

За оцінками аналітиків, одинадцять компаній утримують близько 61 % ринку. Решту ринку розподіляють між собою дрібні компанії та одиничні молокопереробні заводи [5]. Експерти вважають, що вплив кризи посилюється, а отже дрібні та середні виробники будуть вимушенні покинути ринок.

На українському ринку молока та молочних продуктів сьогодні найбільш впливовими є відомі компанії Юнімілк Україна (ТМ «Біо-Баланс», «Галактон», «Кремез», «Простоквашино»), Мілкленд-Україна (ТМ «7-я», «Добріяна», «Коляда»,) та Вімм-Білль-Данн Україна (ТМ NEO, «Веселій молочник», «Слов'яночка»).

Компанія «Юнімілк» була заснована в 2002 році. Основним акціонером «Юнімілку» у травні 2010 року була кіпрська компанія Юнімілк Holding Ltd Кіпр (UHC) (92,64 %), яка, в свою чергу, на 44,26 % належала Corkbridge Ltd BVI. 18 червня 2010 р. було оголошено про злиття молочного бізнесу французької компанії Danone в Росії і «Юнімілк». У

результаті повинна бути створена об'єднана компанія, 57,5 % акцій якої буде контролювати Danone, 42,5 % — акціонери «Юнімілку». У 2022 році французи зможуть збільшити свою частку до 100 %.

«Мілкіленд» — відома корпорація молочної продукції, що працює на ринках Росії та України. Зокрема, в Україні компанія має десять заводів, що виробляють широкий асортимент молочної продукції під ТМ «Коляда» та «Добряна». Корпорація є одним з провідних експортерів української молочної продукції з покупцями більш ніж в 30 країнах світу. Продукція ТМ «Добряна» відповідає українським і міжнародним стандартам якості та безпеки продукції, зокрема, в ньому відсутні рослинні жири, патогенна мікрофлора та антибіотики. У 2011 р. незалежний Центр експертиз «ТЕСТ» відзначив питне пастеризоване молоко ТМ «Добряна» 2,7 % жирності оцінкою «Відмінно».

Компанія «Вімм-Білль-Данн» — лідер ринку молочних продуктів і дитячого харчування в Росії та є одним з провідних гравців ринку безалкогольних напоїв в Росії і країнах СНД. «Вімм-Білль-Данну» належить більше 35-ти переробних заводів в Росії, Україні та Центральній Азії. На цих підприємствах і торговельних філіях працюють більше 18 тис. осіб. Компанія «Вімм-Білль-Данн» була заснована у 1992 році.

Відзначимо, що протягом 2010–2011 рр. добре позиціонували себе на ринку молочної продукції ще ряд підприємств — виробників, зокрема Західна молочна група (ТМ «КОМО», «Гурманіка», «Молочна родина»), Галичина (ТМ «Галичина», «Молочар»), ТОВ «Люстдорф» (ТМ «На здоров'я», «Селянське», «Бурёнка», «Тотоша»), група Danone (ТМ «Activia», «Actimel»), Лакталіс-Україна (Lactalis Group) (ТМ «Фанні», «President»), Рейнфорд (ТМ «Щодня»), Геркулес (ТМ «Геркулес», «Добриня», «Глечик»), комбінат Придніпровський (ТМ «Злагода»).

Із 530 тис. тонн молока, яке виробляється на Львівщині, лише 120 тис. тонн переробляється в області, оскільки немає балансу виробництва і споживання. Відтак значна частина сировини вивозиться з території області, а відповідно на Львівщину завозять товари виробників з іншого регіону.

Ринок молочних продуктів формується завдяки двом основним чинникам — потужності роботи підприємств молокопереробної галузі Львівщини і завезення цієї продукції з інших областей різними фірмами. На території Львівщини виробничу діяльність здійснює 10 молокопереробних підприємств, які за січень-жовтень 2012 року закупили 103,5 тис. тонн молока, що на 4,6 % більше в порівнянні з відповідним періодом минулого року.

Серед них, зокрема, «Львівський молочний комбінат» ПП КФ «Прометей» (ТМ «Добряна»), ПрАТ «Галичина» (ТМ «Молочар»), м. Радехів, ВАТ «Бродівський завод сухого знежиреного молока», ВАТ «Рава-Руський маслозавод», ВАТ «Жидачівський сирзавод», ВАТ «Молокозавод "Самбірський"» [4].

Сьогодні молочні підприємства Львівщини більшу частину сировини закуповують у населення (блізько 60 %), яке тримає поголів'я (а це в області 240 тисяч корів). Утім, вже близько 25 % сировини доводиться завозити з інших областей.

Гігант молокопереробної галузі — ПрАТ «Галичина» (м. Радехів), на питому вагу у загальному виробництві молочних продуктів якого в області припадає 30 %, закуповує вже 60 % сировини в інших областях, блізько 28 % — у сільськогосподарських підприємствах і 10 % — в інших структурах. У 2010 році компанія «Галичина» зайняла майже 14,9 % ринку молокопереробної продукції України.

Компанія «Галичина» вважається лідером ринку Західної України та входить до п'ятірки виробників молочної продукції України. Ринок продукції ПрАТ «Галичина» представлений торговими марками «Галичина», «12 вітамінів», «Молочар», «Дві корівки»,

«Мої корівки», «Молочна родина». За останні 2 роки спостерігається продаж продукції ПрАТ «Галичина» на полицях магазинів та супермаркетів областей Центральної та Південної України. Аналізуючи дані AC Nielsen, питні йогурти та біо-кефіри ТМ «Галичина» входять до десятки лідерів.

З 2010 р. ПрАТ «Галичина» проводить спільну виробничо-комерційну діяльність з ВАТ «Ковельмолоко», яке спеціалізується на виробництві молочної продукції та сирів. Дослідження показують, що надалі ВАТ «Ковельмолоко» вироблятиме кисломолочні сири, які ПрАТ «Галичина» буде закуповувати та самостійно реалізовувати під ТМ «Галичина» через 44 своїх представництв.

«Львівський молочний комбінат» ПП КФ «Прометей» контролюється ДП «Мілкіленд-Україна». Продукція комбінату відома в країні під торговими марками «Добріяна». Бренд «Добріяна» з'явився на ринку України в 2003-му році і нині є флагманом компанії «Мілкіленд». «Добріяна» — це свіжі та якісні молочні продукти, створені з натурального молока. Уся продукція під ТМ «Добріяна» славиться бездоганною якістю, що відповідає міжнародним стандартам якості та безпеки харчових продуктів ISO і НАССР. Під торговою маркою випускається цільномолочна продукція, вершкове масло, сири м'які і тверді. Висока якість продуктів «Добріяна» щорічно підтверджується в регіональних та національних конкурсах, у тому числі й на престижному конкурсі «100 кращих товарів України».

ВАТ «Рава-Руський маслозавод» заснований згідно з рішенням фонду Комунального майна Львівської обласної Ради в 1994 році шляхом перетворення державного комунального підприємства «Рава-Руський маслозавод» у відкрите акціонерне товариство. Працює під торговою маркою «РОСИ». Продукція ТМ «РОСИ» — це більше тридцяти двох видів твердих сирів жирністю 30–55 %, виготовлених на ВАТ «Рожищенський сирзавод», ВАТ «Рава-Руський маслозавод» і ВАТ «Острозький молокозавод».

Завод виробляє масло, продукцію з незбираного молока, кефір, казеїн, сири. Рава-Руський маслозавод переробляє 83 % молока Жовківського району, а також отримує молоко із сусідніх районів. Понад 90 % акцій підприємства належить двом компаніям, які зареєстровані в Києві — «Агропромсервіс» та «Сири Волині».

ТзОВ «Молокозавод "Самбірський"» є правонаступником державного Самбірського молокозаводу, створеного у 1940 році. У 1995 році було завершено приватизацію підприємства. З 2000 року завод спеціалізується лише на виготовленні твердих елітних сирів. Завод випускає близько 15 видів твердих сирів під торговою маркою «Самбір», серед яких (розроблялись ще за часів Радянського союзу) — «Костромський», «Ярославський», «Естонський» та розроблені за власними технологіями — «Гауда», «Мармурний», «Мисливський», «Радомер» та «Сметанковий». У 2011 році розпочали виробництво сиру «Російський».

Молоко для виробництва продукції Молокозавод «Самбірський» закупляє в господарств гірських районів Львівщини — у Самбірському, Старосамбірському та Турківському, де й розташовані молоко-збиральні пункти підприємства.

Обсяги виробництва підприємства становлять близько 12–15 млн грн. в рік. Продукцію підприємство реалізовує у Львівській, Київській, Харківській, Донецькій областях, а також експортує.

Відповідно до Програми розвитку молочного скотарства в Україні, концепцію якої розробило Міністерство аграрної політики України, в 2020 році виробництво молока в Україні планується довести до 14,5 млн. тонн (сьогодні 8,2 млн. т), з них високоякісного молока для забезпечення продовольчої безпеки держави — до 9,2 млн. тонн і молока, призначеного для експорту, — до 4,0 млн. тонн.

Зокрема, передбачається:

- удосконалити механізм надання держпідтримки шляхом впровадження форми виплати дотації на одну корову, з урахуванням кількості виробленого молока на одну голову в рік з метою стимулювання підвищення продуктивності корів та кількості переробленого молока;
- впровадити механізм державної фінансової підтримки на поворотній основі в розмірі 50 % вартості будівництва нових високотехнологічних ферм розміром не менш ніж на 500 корів, реконструкції та модернізації існуючих;
- впровадити пільгові умови придбання сучасного технологічного обладнання для молочних ферм і високопродуктивного племінного поголів'я молочної худоби;
- створити спрощені дозвільні механізми відведення землі для будівництва молочних ферм;
- здійснювати контроль за якістю і ціною молочної продукції;
- привести систему організації племінної справи у тваринництві у відповідність з міжнародною практикою.

До основних напрямків державного регулювання належать: створення конкурентного середовища, захист від недобросовісної конкуренції і стимулювання попиту на молочну продукцію. Державне регулювання ринку повинно ґрунтуватися на розширенні економічних і звуженні адміністративних методів управління. Тому держава повинна проводити цілеспрямовану фінансову, кредитну, цінову та податкову політику щодо розвитку ринку молока і молочних продуктів з метою стимулювання зростання рівня їх виробництва. Допомога держави може мати і опосередкований характер шляхом законотворчої діяльності, яка регулює відносини конкуренції на ринку, встановлює вимоги до якості продукції та контролю за їх виконанням.

Література

1. Про молоко та молочні продукти: Закон України від 24.06.04, № 1870- VI.
2. Про затвердження галузевої Програми розвитку молочного скотарства України до 2015 року: Наказ Міністерства аграрної політики України від 10.12.2007 р. №886/128. — Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua>
3. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.
4. Волошина З. Молочники: труднощі як поштовх для розвитку [Текст] / З. Волошина // Агробізнес сьогодні. — 2012. — Вип. 6 (229). — С. 48–49.
5. Момчева А. М. Молочний ринок України: сучасний стан та перспективи розвитку [Текст] / А. М. Момчева // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. — 2010. — Вип. 30. — С. 164–168.
6. Моніторинг розвитку ринку молока та молочних продуктів України [Текст] / Спілка молочних підприємств України. За ред. Бутенко М. І. — V випуск. — К., 2010. — 100 с.
7. Протасова Л. В. Аналіз виробництва молока та молочних продуктів в Україні [Текст] / Л. В. Протасова // Міжнародний збірник наукових праць. — 2008. — Випуск 1 (16). — С. 229–234.
8. Цар Г. В. Основні тенденції та перспективи розвитку харчової промисловості України [Текст] / Г. В. Цар // Науковий вісник НЛТУ України. — 2011. — Вип. 20.13. — С. 262–267.

Сеных Л. Я.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПИТЬЕВОГО МОЛОКА В УКРАИНЕ

Рассмотрено современное состояние и перспективы развития рынка питьевого молока Украины, в частности Львовщины. Обоснованы основные стратегические направления развития

молокоперерабатывающих предприятий, способствующие достижению конкурентных преимуществ на рынке молока.

Ключевые слова: молоко, рынок молока, емкость рынка, сегментация рынка, сырье, производители, конъюнктура рынка.

Senyk L.Ya.

CURRENT STATUS AND FUTURE DEVELOPMENT MARKET DRINKING MILK IN UKRAINE

Annotation: The modern state and development prospects of suckling market of Ukraine, including Lviv region. Substantiated the main strategic directions of development of milk processing enterprises which will assist to the achievement of competitive advantages in the market for milk.

Keywords: milk, suckling market, market capacity; market segmentation; raw material; suppliers; market conditions.

УКД 677.027.4: (677.31+677.494)

Гуцак О. М.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА СВІТЛОСТІЙКОСТІ ПОФАРБОВАНИХ ЕКСТРАКТОМ ВІДХОДІВ ТЮТЮНУ ВОВНЯНИХ ТКАНИН

Досліджено вплив протравлювачів та тривалості сонячного опромінення на світлостійкість забарвлень і субстрату, отриманих на вовняних тканинах екстрактом відходів тютюну. Доведена доцільність застосування цих відходів для фарбування текстильних матеріалів із білкових волокон.

Ключові слова: протравлювач, сонячне опромінення, світлостійкість, субстрат, вовняна тканін, екстракт відходів тютюну, тютюн, фарбування текстильних матеріалів

Тютюн — це відома і поширена у всьому світі рослина, яка володіє лікувальними, отруйними, інсектицидними та фарбувальними властивостями. Враховуючи застереження лікарів і офіційну антитютюнову пропаганду в багатьох країнах світу про шкідливість для здоров'я людини куріння, пошук альтернативних сфер застосування тютюну має не тільки економічне, але й соціальне значення.

Метою даної роботи було комплексне вивчення колористичних і деяких фізико-механічних властивостей вовняних тканин, пофарбованих відходами тютюну (відходи тютюнової фабрики) і обґрунтування на цій основі доцільності їх використання в мало-тоннажному текстильному виробництві та побуті.

Об'єктом дослідження була чистововняна камвольна хусткова тканина арт. 74113 виробництва Київського АТ «Троянда». Рецептурно-технологічний режим фарбування цієї тканини екстрактом відходів тютюну без протравлювання (рец. 0) та одночасного з її фарбуванням протравлювання алюмокалієвими галунами (рец. 1), хромпіком (рец. 2), залізним купоросом (рец. 3) і мідним купоросом (рец. 4) наведені у раніше опублікованій нашій роботі [1]. При цьому концентрація відходів тютюну у всіх рецептах складала 150 г/л, а протравлювачів — $\text{Kal}(\text{SO}_4)_2$ — 15 % від маси тканини, $\text{K}_2\text{Cr}_2\text{O}_7$ — 3 %, FeSO_4 — 10 % і CuSO_4 — 5 %. Якість колористичних характеристик забарвлень тканин оцінювали за наступними критеріями: широтою колірної гами, насиченістю та яскравістю отриманих кольорів і відтінків, світлостійкістю забарвлень при сонячному та штучному опроміненні, а світлостійкість субстрату оцінювалася за зміною розривних характеристик динамометричним методом.

Оцінку світлостійкості забарвлень і субстрату здійснювали за наступною методикою: зразки тканин закріплялися на дерев'яних рамках, які встановлювали на даху будинку в м. Львові під кутом 45° до горизонту на південь. Щоб виключити вплив на тканини дії опадів, роси та туману, їх інсоляція проводилася тільки у безхмарний період дня з 8 до 18 год (червень–липень 2002 року). Після кожних 100 год. інсоляції частину взірців відбирали для оцінки зміни у світлостійкості забарвлень і субстрату. Загальна тривалість сонячного опромінення тканин складала 300 год (три періоди).

Штучне опромінення тканин проводилося на апараті штучної погоди марки ШП — 3 за стандартною методикою [2]. Після кожних 25 год опромінення частину взірців знімали для оцінки змін у світлостійкості їх забарвлення. Загальна тривалість експозиції взірців на апараті ШП — 3 складала 100 год.

Оцінку світлостійкості забарвлень тканин після відповідних періодів їх сонячного та штучного опромінення проводили методами візуальної і інструментальної колориметрії, а світлостійкості субстрату — динамометричним методом [2]. Зміну колірних характеристик забарвлень (світлоти, насиченості, колірного тону та загального колірного контрасту) в процесі сонячного та штучного опромінення оцінювали спектроломет-

ричним методом (на спектроколориметрі «Пульсар») з використанням розрахункових формул системи CIEL^a^b^c [3]. Методом візуальної колориметрії визначали: широту колірної гами, колірний тон, насиченість і світлоту забарвлень до і після їх опромінення, а також зміни у світlostійкості забарвлень за допомогою темної шкали сірих еталонів (ГОСТ 9733.0-27-83). Отримані результати досліджень наведені в табл. 1–2 та ілюстровані на рис. 1–2.

Методами візуальної інструментальної колориметрії встановлено, що фарбування вовняної тканини екстрактом відходів тютюну та одночасне з фарбуванням її проправлюванням алюмокалієвими галунами, хромпіком, залізним і мідним купоросом дозволяє отримати широку гаму золотисто-коричневих і темно-тютюнових кольорів. Ці дані узгоджуються з результатами дослідження інших авторів [4]. При цьому, проправлювання веде не тільки до розширення колірної гами, але й до значного поглиблення отриманих кольорів і відтінків. Враховуючи світовий і вітчизняний досвід пріоритетного фарбування рослинними барвниками текстильних матеріалів і виробів довготривалого користування [1, 5, 6], є доцільним дати комплексну оцінку світlostійкості забарвлень, отриманих на вовняній тканині екстрактами відходів тютюну, і вивчити можливість застосування саме цих екстрактів для фарбування виробів довгострокового користування (килимів, гобеленів, ліжників, національного одягу та інших). Основну увагу було приділено вивченю впливу виду проправлювачів і способів опромінення на світlostійкість забарвлення, як найбільш чутливої ланки в атмосферостійкості названих виробів і матеріалів для їх виготовлення.

Порівнюючи світlostійкість забарвлень вовняної тканини, отриманих екстрактами відходів тютюну, кори дуба і крушини, трави звіробою і материнки, квіток каштану та оплодів грецького горіха після відповідних періодів сонячного і штучного опромінення, можна зробити однозначний висновок про достатньо високу світlostійкість забарвлень, отриманих на базі відходів тютюну. Так, наприклад, якщо після 300 год. сонячного опромінення загальний колірний контраст на пофарбованій екстрактом відходів тютюну без проправлювання вовняній тканині складає 9,0 од. ΔE , то на пофарбованих екстрактом кори дуба і крушини, трави звіробою і материнки, квіток каштану (кисла ванна) та оплодів грецького горіха тканинах він склав відповідно: 8,4 і 14,7; 12,0 і 3,1; 3,5 і 14,9 од. ΔE [1, 6, 7]. Ще більшою виявилася світlostійкість отриманих на базі відходів тютюну забарвлення після штучного опромінення тканин [1, 6]. Після 100 год. штучного опромінення на приладі штучної погоди було отримано наступний ранжирований ряд світlostійкості забарвлення вовняної тканини пофарбованої (без проправлення) екстрактами: відходів тютюну (1,8 од. ΔE), кори крушини (3,2 од. ΔE); трави материнки (7,7 од. ΔE), кори дуба (8,1 од. ΔE); трави звіробою (11,6 од. ΔE); шишок ялини (11,9 од. ΔE); ягід бузини чорної (13,0 од. ΔE) і ягід чорниць (13,9 од. ΔE).

Не дивлячись на деяке неспівпадання закономірностей фотодеструкції забарвлення, отриманих різними видами рослинних барвників після сонячного і штучного опромінення (це пояснюється різною чутливістю забарвлення до сонячного і штучного опромінення, зумовлених різницею у спектральному складі та інтенсивності опромінення), зроблено висновок про доцільність застосування екстрактів відходів тютюну для фарбування текстильних матеріалів і виробів тривалого користування (табл. 1).

За результатами аналізу даних табл. 1 і співставлення кривих на рис. 1–2 встановлено, що одночасне з фарбуванням проправлювання тканин алюмокалієвими галунами, хромпіком, залізним і мідним купоросом суттєво впливає на зміну світlostійкості забарвлення при сонячному та штучному опроміненні. При цьому інгібуюча, фотосенсибі-

Таблиця 1

Вплив виду протравлювачів, способів і тривалості опромінення на світlostійкість забарвлення вовняних тканин, пофарбованих екстрактом відходів тютюну

№ з/п	Досліджувані показники	Види обробки тканин:				
		Пофарбо- вана без протравлю- вання (рец. 0)	Пофарбована з одночасним протравлюванням:			
			KAl(SO ₄) ₂ (рец. 1)	K ₂ Cr ₂ O ₇ (рец. 2)	FeSO ₄ (рец. 3)	CuSO ₄ (рец. 4)
1	Колір і відтінок	золотистий	світло- тютюновий	світло- коричневий	гірчицний	темно- тютюновий
2	Загальний колірний контраст (од. ΔE) після сонячного опромінення, год.:					
	100	5,2	4,4	3,7	6,2	1,6
	200	6,7	6,2	4,9	6,7	1,9
	300	9,0	7,6	7,1	7,0	2,1
3	Загальний колірний контраст (од. ΔE) після штучного опромінення на приладі ІШП-3, год.:					
	25	1,0	1,9	1,8	5,1	1,4
	50	1,1	2,6	3,4	5,8	1,5
	75	1,6	3,0	3,9	6,5	2,6
	100	1,8	3,3	4,1	7,6	3,0

лізуєча чи нейтральна дія протравлювача залежить не тільки від виду протравлювача, але й способу та тривалості опромінення.

Як видно з аналізу даних табл.1 і співставлення кривих на рис.1, після тривалої дії сонячної радіації (200–300 год.) всі обрані нами протравлювачі у всіх випадках суттєво гальмують процес фотодеструкції забарвлення. При чому серед досліджуваних видів протравлювачів, найбільш ефективним інгібітором фотодеструкції виявився мідний купорос. Так, наприклад, якщо після 300 год сонячного опромінення загальний колірний контраст на пофарбованій тканині без протравлювання (рец. 0) склав 9,0 од. ΔE , то для тканин з обробкою за рец. 1, 2, 3 і 4 він склав відповідно: 7,6; 7,1; 7,0 і 2,1 од. ΔE . Це підтверджує доцільність широкого застосування мідного купоросу для захисту досліджуваних забарвлень від тривалої дії світла. При цьому, досягнутий ефект характеризується достатньою довговічністю.

Дещо інша закономірність у зміні світlostійкості досліджуваних забарвлень виявлена при штучному опроміненні тканин, за результатами аналізу даних табл. 1 і кривих

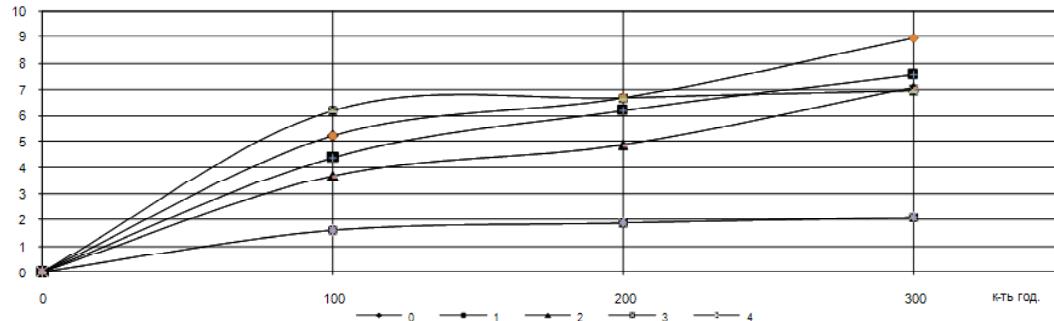


Рис. 1. Вплив виду протравлювачів і тривалості сонячного опромінення на світlostійкість забарвлення вовняних тканин, пофарбованих екстрактом відходів тютюну

0 — без протравлювання; 1 — $KAl(SO_4)_2$; 2 — $K_2Cr_2O_7$; 3 — $FeSO_4$; 4 — $CuSO_4$.
 Рец. 0 $y_0 = 10,22 (1,008 \cdot \exp(-0,006x))$ Рец. 3 $y_3 = 6,902 (1,0001 \cdot \exp(-0,022x))$
 Рец. 1 $y_1 = 8,588 (1 \cdot \exp(-0,006x))$ Рец. 4 $y_4 = 2,088 (1 \cdot \exp(-0,014x))$
 Рец. 2 $y_2 = 9,572 (1 \cdot \exp(-0,004x))$

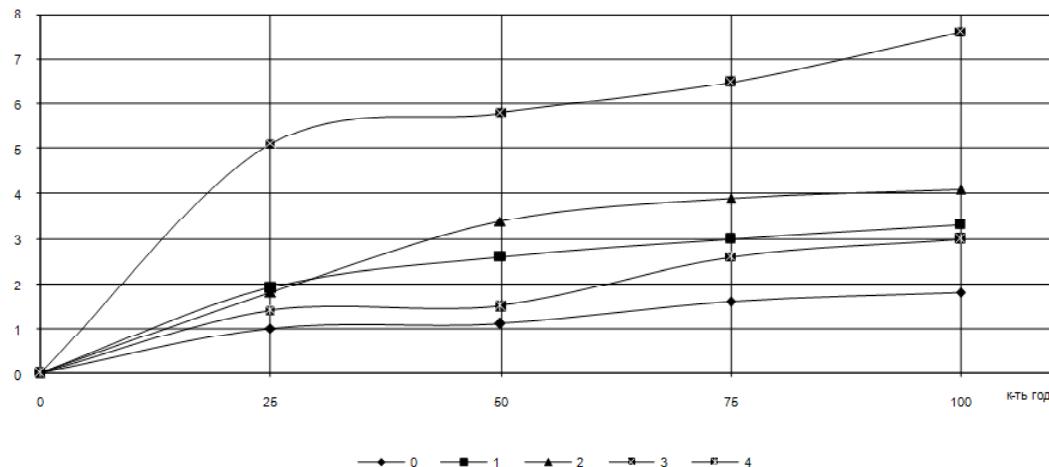


Рис. 2. Вплив виду прaтравлювачiв i тривалостi штучного опромiнення на свiтlostiйкостi забарвлень вовняних тканин, пофарбованих екстрактом вiдходiв тютюну

0 — без прaтравлювання; 1 — $KAl(SO_4)_2$; 2 — $K_2Cr_2O_7$; 3 — $FeSO_4$; 4 — $CuSO_4$.
 Рец. 0 $y_0 = 1,979 (1 - \exp(-0,021x))$ Рец. 3 $y_3 = 7,085 (1,009 - \exp(-0,042x))$
 Рец. 1 $y_1 = 3,370 (1,004 - \exp(-0,030x))$ Рец. 4 $y_4 = 4,559 (1 - \exp(-0,0105x))$
 Рец. 2 $y_2 = 3,976 / (1 + 15,170 \cdot \exp(-0,096x))$

рис. 2. При штучному опромiненнi на вiдмiну вiд сонячного прaтравлювання мiдним купоросом i алюмокалевими галунами, як правило, помiтно не впливає на змiну свiтlostiйкостi забарвлення, а прaтравлювання залiзним купоросом i хромпiком, навпаки, суттєво прискорює цей процес.

Той факт, що залежно вiд способу опромiнення однi i тi ж прaтравлювачi можуть виступати i як iнгiбiтори i як фотосенсибiлiзатори процесу фотодеструкцiї забарвлення, свiдчить про неоднакову чутливiсть обраних нами прaтравлювачiв до спектрального складу та тривалостi сонячного та штучного опромiнення. Разом з тим, оскiльки дiя сонячної радiацiї в бiльшiй мiрi моделює реальнi умови зношування, то переважають данi i висновки, якi базуються на результатах дослiдження свiтlostiйкостi пiслi сонячної радiацiї тканин.

Суттєвий вплив на характер i кiнетику фотодеструкцiї дослiджуваних забарвлень при сонячному та штучному опромiненнi має також тривалiсть опромiнення. Як видно з даних табл. 1 i кривих рис. 1-2, найбiльш iнтенсивна фотодеструкцiя забарвлення спостерiгається пiслi перших перiодiв опромiнення (100 год. сонячного та 25 год. штучного). Потiм цей процес дещо уповiльнюється. Залежнiсть iнтенсивностi фотодеструкцiї дослiджуваних забарвлень вiд тривалостi сонячного (рис. 1) i штучного (рис. 2) опромiнення описується вiдповiдними математичними моделями, наведеними пiд рис. 1-2.

Далi встановлено, що тривала дiя сонячної радiацiї на дослiдjuванi тканини обумовлює не тiльки суттєвi змiни u свiтlostiйkостi iх забарвлення, ale й значне погiршеннi iх механiчних властивостей. При цьому, на фотодеструкцiю субстратu суттєвий вплив має вид прaтравлювачa. Характерно, що найбiльш ефективним iнгiбiтором свiтlostiйkостi субстратu, як i при фотодеструкцiї забарвлення, виявився мiдний купорос.

Таблиця 2

Вплив виду протравлювачів і тривалості сонячного опромінення на зміну розривного навантаження тканин, пофарбованих екстрактом відходів тютюну

<i>Досліджувані показники</i>	<i>Вид обробки тканин</i>				
	<i>рец. 0</i>	<i>рец. 1</i>	<i>рец. 2</i>	<i>рец. 3</i>	<i>рец. 4</i>
Розривне навантаження тканини за основою (взірця 25x50 мм), Н					
а) вихідний	119	110	113	115	105
б) після 300 год. сонячного опромінення	33	49	57	30	60
в) зниження розрахункового розривного навантаження після 300 год. сонячного опромінення, %	72,3	55,5	49,6	64,0	42,9

Так, наприклад, якщо після 300 год. сонячного опромінення розривне навантаження забарвленої екстрактом відходів тютюну вовняної тканини без протравлювання знизилося на 72,3 %, то пофарбованої і протравленої мідним купоросом тканини відповідно тільки на 42,9 %. Подібна закономірність характерна і для інших протравлювачів, хоча і менш виражена.

Після вивчення специфіки фотодеструкції досліджуваних забарвлень і субстрату є доцільним співставити їх залишкові ресурси після відповідних періодів сонячного та штучного опромінення. При цьому, були прийняті загальновідомі дані [2] про нижню межу фотодеструкції забарвлення, яка оцінюється загальним колірним контрастом 9,0 од. ΔE або 2-ма балами темної шкали сірих еталонів, та фотодеструкції субстрату — 60 Н розривного навантаження взірця розміром 25x50 мм. Порівнюючи ці дані з абсолютною значеннями загального колірного контраста (табл. 1) і розривного навантаження тканини за основою (табл. 2) після 300 год. сонячного опромінення, слід зробити висновок про те, що потенційні ресурси волокнистої основи, барвника і протравлювача, як правило, під тривалою дією сонячної радіації витрачаються практично рівномірно. Виняток складає тільки протравлена мідним купоросом тканина, в якої світlostійкість забарвлення після 300 год. інсолації виявилася дещо вищою, ніж світlostійкість субстрату.

Вперше отримані експериментальні дані, які кількісно характеризують кінетику і глибину фотодеструкції забарвлення і субстрату, отриманих на пофарбованій екстрактом відходів тютюну вовняній тканині в процесі сонячного та штучного її опромінення.

Вивчено вплив різних видів протравлювачів (алюмокалієвих галунів, хромпіку, залізного і мідного купоросу) на характер і глибину фотодеструкції забарвлення та субстрату і встановлено, що найбільш ефективним інгібітором цього процесу виступає мідний купорос. Запропоновані математичні моделі, які описують процес фотодеструкції забарвлення залежно від виду протравлювачів, способів опромінення (сонячного та штучного) та його тривалості.

Література

1. Семак Б. Б. Вплив рослинних барвників і способів фарбування на якість забарвлених тканин з білкових, целюлозних і поліамідних волокон [Текст] / Б. Б. Семак. Автореферат дис. канд. тех. наук. — К. : КДТЕУ, 1997. — 17 с.
2. Галык И. С. Оптимизация ассортимента и качество текстильных материалов [Текст] / И. С. Галык, Д. И. Козьмич, Б. Д. Семак и др. — К. : Техника, 1991. — 174 с.
3. Кириллов Е. А. Цветоведение [Текст] / Е. А. Кириллов. — М. : Легпромбытиздан, 1987. — 128 с.
4. Шульга О. И. Розработка методів фарбування вовняних тканин екстрактом відходів тютюну та оцінка світlostійкості отриманих пофарбувань [Текст] / О. И. Шульга. Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины.— Межвузовский журнал, № 5, 2001. — С. 99–101.

5. *Tuszynska W. Farbowane barwnicami naturalnymi.* [Text] / W. Tuszynska. — W. : Watra, 1986. — 94 s.
6. Мельник О. Б. Комплексна оцінка світостійкості пофарбованих екстрактом квітів і оплоднів каштану вовняних тканин. [Текст] / О. Б. Мельник, Б. Б. Семак, З. М. Семак. — Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины, № 5, 2001. — С. 88–95.
7. Семак Б. Б. Застосування екстрактів оплодів грецького горіха для фарбування текстильних матеріалів і виробів довгострокового користування. [Текст] / Семак Б. Б. Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины, № 4, 2000. — С. 37–41.

Гуцак Е. Н.

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА СВЕТОСТОЙКОСТИ ОКРАШЕННЫХ ЭКСТРАКТОМ ОТХОДОВ ТАБАКА ШЕРСТЯНЫХ ТКАНЕЙ

Исследовано влияние вида протравлевачей и продолжительности солнечного излучения на светостойкость окраски и субстрата, полученных на шерстяных тканях экстрактом отходов табака. Доказана целесообразность применения этих отходов для крашения текстильных материалов их белковых волокон.

Ключевые слова протравитель, солнечное излучение, светостойкость субстрат, шерстяных ткани, экстракт, отходы табака, крашение текстильных материалов.

Huschak O. M.

COMPREHENSIVE ASSESSMENT LIGHTFASTNESS PAINTED EXTRACT WASTE TOBACCO WOOLENS

The article contains the information about the influence of mordant type and period of sun radiation at the lightfastness of the colorings and the substratum of woolen fabrics dyed by the extract obtained from the wastes of tobacco production. The expediency of use of tobacco wastes for dyeing of textile materials produced from albumens fibers was grounded.

Keywords: dressers, solar radiation, light, substrate, woolen fabrics, extract waste tobacco, tobacco, textile dyeing.

УДК 664.144:641.1

Шаповалова Н. П.

ВПЛИВ РЕЦЕПТУРНИХ КОМПОНЕНТІВ НА ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ ПАСТИЛЬНИХ ВИРОБІВ З ЛАМІДАНОМ І ЦИКОРЛАКТОМ

У статті наведено результати дослідження впливу рецептурних компонентів на показники якості пастильних виробів шляхом математичного моделювання, знайдено оптимальну рецептуру.

Ключові слова: Ламідан, цикорлакт, пастильні вироби, зефір, лукум збивний, йод, йододефіцит, органолептичні показники, фізико-хімічні показники, математичне моделювання.

Одним із серйозних чинників погіршення фізичного і психічного здоров'я населення в Україні є дефіцит йоду в організмі людини, що спричиняє захворюванням щитоподібної залози, збільшує кількість випадків вродженого кретинізму та інші важкі захворювання. Враховуючи те, що 1/3 території України відноситься до біогеохімічних провінцій з дефіцитом йоду, особливої уваги заслуговує розробка харчових продуктів, збагачених джерелами органічно зв'язаного йоду та іншими мікроелементами, які зумовлюють нормальну функцію щитоподібної залози.

У питаннях профілактики захворювань, обумовлених нестачею йоду, особлива увага приділяється йодомісним продуктам, завдяки використанню добавок в яких йод переважає в фізіологічно доступних формах.

Пастильні кондитерські вироби є улюбленими ласощами, особливо серед дітей. На жаль, вони відрізняються низьким вмістом вітамінів, макро- і мікроелементів та високим вмістом легкозасвоюваних вуглеводів.

З метою збагачення пастильних виробів органічно зв'язаним йодом обрано використання дієтичної добавки «Ламідан». Як показала низка незалежних експертіз, вміст йоду в сухій речовині добавки із буріх морських водоростей може коливатись в доволі значних межах — від 40 до 150 мг/100 г [1].

Головним рецептурним компонентом пастильних виробів є цукор (сахароза). Цукор суттєво впливає на формування коагуляційно-кристалізаційної, кристалізаційно-піноподібної структури як пастильних мас, так і готових виробів. Цукор (сахароза) має високотехнологічні властивості, які дозволяють отримати пастильні маси з необхідними для тієї чи іншої групи властивостями. На жаль, надмірне споживання легкозасвоюваних вуглеводів може спричинити захворювання на цукровий діабет. Саме тому автором доведено доцільність використання в якості заміни частини цукру Цикорлакту — суміші екстракту цикорію і сухого знежиреного молока.

Для моделювання складу пастильних виробів з комплексом заданих позитивних характеристик, зокрема, з високою біологічною цінністю та зниженою калорійністю, проводили розрахунки у програмах Microsoft Excel. Занесені у базу даних компоненти сировини було зібрано у вільних співвідношеннях у рецептуру. Змінюючи співвідношення окремих компонентів рецептури, здійснювали необхідний підбір або корекцію рецептури.

Пошук оптимального співвідношення рецептурних компонентів здійснювали методом випадкового пошуку — пошуком у всьому просторі значень із заданою дискретністю. Математичний апарат дозволяє задати певний набір вимог до рецептури і після цього зробити пошук взаємного співвідношення рецептурних компонентів таким чином, щоб показники рецептури максимально наблизилися до встановлених вимог.

Для досягнення певного рівня органолептичних, фізико-хімічних показників та показників біологічної цінності, необхідно було встановити раціональне співвідношення основних компонентів рецептури та добавок, які рекомендуються.

З огляду на дослідження [2; 3], в яких автори вивчали вологоутримуючі та структуроутворюючі властивості Ламідану, і враховуючи наші попередні дослідження, було вирішено, як фактори варіювання, обрати «Ламідан», цикорлакт і цукор білий.

Попередніми дослідженнями було встановлено раціональний діапазон концентрації Ламідану з 0,2 до 0,75 % від загальної маси виробів [4], у цьому діапазоні були проведені експерименти. В якості критеріїв обирали розрахунки добової потреби організму в йоді (добова норма споживання йоду для дорослої людини 150–200 мкг), органолептичні властивості та фізико-хімічні показники пастильних виробів відносно діючого ДСТУ ГОСТ 6441 — 2003 «Вироби кондитерські пастильні».

Для встановлення критеріїв оптимізації розроблено алгоритм моделювання рецептур нових пастильних виробів та встановлено межі їх відхилення (табл. 1).

Алгоритм моделювання рецептур нових пастильних виробів

Показники	Критерій оптимізації за вмістом нутрієнтів	
Добавка «Ламідан»	$0,2 \leq Y_1 \leq 0,75$	
Цикорлакт	$Y_2 \leq 10$	
Цукор білий кристалічний	$48,8 \leq Y_3 \leq 56$	
Патока	$9,0 \leq Y_4 \leq 12,0$	
Екстракт гібіскусу	$Y_5 = 0,6$	
Білок сухий	$0,6 \leq Y_6 \leq 1,0$	
Щільність, г/см ³	$0,38 \leq X_1 \leq 0,44$	
Масова частка вологи, у т. ч.:	$14 \leq X_2 \leq 20$	
— вміст вільної води	$X_3 \rightarrow \min$	Обмеження за вмістом нутрієнтів, де $Y_1, Y_2, Y_3, Y_4, Y_5, Y_6$ — масові частки (%) відповідних інгредієнтів у пастильній масі, Y_1 — обмежена.
— вміст зв'язаної води	$X_4 \rightarrow \max$	
Вміст йоду	$B \leq 15,0$	Обмеження за фізико-хімічними показниками, де X_1, X_2, X_3, X_4 — щільність, масова частка вологи (%) відповідно
Вміст селену	$0,25 \leq G \leq 0,5$	де B — мкг/1г
Органолептична оцінка, у т. ч.:	$P_{\text{оп}} > 4,6$	де G — мкг/1г
— консистенція	$K \geq 4,6$	де $P_{\text{оп}}$ — органолептична оцінка (балі); K — консистенція;
Інтегральний показник якості	$0,75 \leq K_{\text{пк}} \leq 1,0$	$K_{\text{пк}}$ — показники якості;
Конкурентоспроможність	$K_{\text{пк}} \geq 1$	$K_{\text{пк}}$ — конкурентоспроможність

Враховуючи вимоги за вмістом йоду у продукті $B \leq 15$ мг/1г, кількість Ламідан в 100 г продукту має бути ≤ 1 %. Разом з тим, як зазначено вище, кількість йодомісної добавки більше ніж 0,5 % значно погіршує органолептичні властивості готових виробів, та знижує комплексний показник їх якості, тому її кількість обмежена.

Математичні моделі будували методом багатофакторного експерименту. На початковому етапі планування здійснювали пошук оптимальних параметрів із використанням трьохфакторного експерименту. Було визначено варіативні фактори — компоненти рецептури для зефіру — вміст Ламідану (X_1), вміст цикорлакту (X_2), вміст цукру (X_3).

На основі балової оцінки органолептичних властивостей, фізико-хімічних показників та комплексного показника якості, розроблено математичну модель якості нових пастильних виробів. Критерієм оцінки впливу різної кількості компонентів на якість готових виробів було обрано інтегральний показник якості (Y), балів.

З урахуванням вимог за вмістом внесених добавок та елементарних перетворень отримуємо систему наступного виду:

$$\begin{cases} Y_1 = 0,842 + 0,155X_1^2 + 0,085X_1 \\ Y_2 = 0,835 - 0,001X_2^2 + 0,026X_2 \\ Y_3 = 0,884 - 0,001X_3^2 + 0,051X_3 \end{cases}$$

де Y_1 , Y_2 , Y_3 — комплексний показник якості;
 X_1 — кількість дієтичної добавки «Ламідан», % ;
 X_2 — кількість цикорлакту, %;
 X_3 — кількість цукру, %.

В результаті перетворень 3-х мірної матриці отримано математичну модель, яка відображає зміну інтегрального показника якості залежно від концентрації внесених добавок:

$$Y = (-0,2X_1X_2^2) + (3,67X_3^2X_2) + (0,022X_1^2X_3) + (0,006X_1^2X_2) + (-0,834X_3^2X_1) + (-1,03X_2^2X_3)$$

Реалізація матриці планування дозволила визначити оптимальні значення дозування основних рецептурних компонентів. Встановлено їх раціональні концентрації: добавки Ламідан — 0,5 %, цикорлакту — 7 %, цукру для зефіру — 48,8 %, лукуму збивного — 54 % від маси готового продукту. Саме за умов такої концентрації нові пастильні вироби мають найвище значення ПЯ — 0,99.

Згідно проведених розрахунків, отримали продукт з підвищеною біологічною цінністю та зниженою калорійністю. На основі отриманих результатів обґрунтовано та розроблено рецептuri на нові пастильні вироби зефір «Перлина океану» та лукум збивний «Східна перлинка». У якості контролю було обрано зефір «Біло-рожевий» та лукум збивний «Пряжене молоко», виготовлені за традиційними рецептuruами (табл. 2).

Таблиця 2
Рецептурний склад пастильних виробів

№ з/п	Найменування інгредієнта	Сухі речовини	Зефір контроль	Зефір «Перлина океану»	Лукум контроль	Лукум «Східна перлинка»
1	Цукрова пудра	99,85	2,48	2,42	6,50	6,50
2	Цукор білий	99,85	59,50	48,80	62,50	54,00
3	Пюре яблучне	10,0	23,30	26,60	6,60	7,20
4	Патока крохмальна	78,0	12,00	11,90	12,38	12,80
5	Крохмаль	87,0	—	—	10,80	10,80
6	Агар	85,0	0,82	0,82	—	—
7	Білок яєчний сухий	82,0	1,37	1,38	0,90	0,90
8	Кислота молочна	40,0	0,50	0,56	0,30	0,30
9	Цикорлакт	90,0	—	7,00	—	7,00
10	Ламідан	90,0	—	0,50	—	0,50
11	Ароматизатор	0,0	0,05	—	0,05	—

Метою додавання дієтичної добавки Ламідан та цикорлакту було не лише збагачення пастильних виробів макро- і мікроелементами, але й поліпшення їх структурно-механічних та органолептических показників.

Нові вироби не містять штучних барвників та ароматизаторів. Завдяки заміні частки цукру цикорлактом, нові вироби збагачені інуліном, поліфенолами та повноцінними білками молока.

За сучасними науковими принципами нові пастильні вироби можна віднести до оздоровчих функціональних продуктів [5], оскільки споживання рекомендованої добової норми виробу — 2–3 штук (50–80 г) забезпечує добову потребу здорової людини у йоді на 30–40 %, потреби дітей шкільного віку — на 50 %. Разом з тим, споживаючи нові вироби, ми забезпечуємо добову потребу у кальції — на 14,8 %, у магнії — на 14 %, у ферумі — на 8 %, у фосфорі — на 6 %, у селені — 3 % [6].

Таким чином, шляхом математичного моделювання досліджено вплив рецептурних компонентів на показники якості нових пастильних виробів, у результаті чого знайдено оптимальну рецептuru, що дає можливість отримати показники якості вищі,

ніж під час проведення попередніх експериментів. За такого співвідношення рецептурних компонентів нові розроблені вироби можна класифікувати як фізіологічно-функціональні продукти завдяки підвищенню вмісту мікроелементів, зокрема йоду, а також низки вітамінів та харчових волокон. Зниження енергетичної та підвищення білкової цінності виробів за рахунок заміни частки цукру цикорілактом надає їм додаткові дієтичні властивості.

Література

1. Бабешко В. Г. Ламідан - цілюща сила морських водоростей [Текст] : Актуальні теоретичні та клінічні аспекти фітотерапії [матеріали] / В. Г. Бабешко, В. А. Лізогуб, В. І. Равінський, та ін.; За ред. В. Г. Бабешко. — Ужгород, 2007. — С. 226–229. — ISBN 978-966-2095.
2. Шаповалова Н. П. Вплив дієтичної добавки «Ламідан» на черствіння пастильних виробів [Текст] : Товари і ринки : міжнар. наук.-практ. журнал / Н. П. Шаповалова. — 2012. — № 1. — С. 123–131. — ISSN 1998-2666.
3. Рудавська Г. Б. Реологічні властивості нових пастильних виробів [Текст] : Продовольча індустрія АПК: наук.-практ. журнал / Г. Б. Рудавська, Н. П. Шаповалова, О. В. Романенко; За ред. Н. П. Шаповалової. — К., 2011. — № 5. — С. 34–37. — ISSN 15418-3990-X.
4. Шаповалова Н. П. Формування споживчих властивостей пастильних кондитерських виробів підвищеної біологічної цінності [Текст] : автореф. дис. ... канд. техн. наук : спец. 05.18.15 / Наталія Петрівна Шаповалова; КНТЕУ. — К., 2013. — 22 с.
5. Гуліч М. П. Функціональні продукти харчування: проблеми, перспективи, аспекти дискусії [Текст] : Гігієнічна наука та практика на рубежі століть: XIV з'їзд гігієністів України [матеріали] / Марія Павлівна Гуліч. — Д., 2004. — С. 371–373. — ISBN 966-7985-87-3.
6. Рудавська Г. Б. Мінеральний склад нових пастильних виробів оздоровчого спрямування [Текст] : Товарознавчий вісник : зб. наук. пр. / Г. Б. Рудавська, Н. П. Шаповалова. — ЛНТУ, 2012. — С. 347–352. — ISSN 15725-4197-X.

Шаповалова Н. П.

ВЛИЯНИЕ РЕЦЕПТУРНЫХ КОМПОНЕНТОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ПАСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ С ЛАМИДАНОМ И ЦИКОРЛАКТОМ

В статье приведено результаты влияния рецептурных компонентов на показатели качества пастильных изделий путём математического моделирования, найдено оптимальную рецептуру.

Ключевые слова: Ламидан, цикорлакт, пастильные изделия, зефир, лукум сбивной, йод, йод-дефицит, органолептические показатели, физико-химические показатели, математическое моделирование.

Shapovalova N. P.

EFFECT OF PRESCRIPTION COMPONENTS ON QUALITY PASTILLE PRODUCTS WITH LAMIDAN AND TSIKORLAKT

The results of the influence of prescription components on the pastille product quality through mathematical modeling, found the optimum formulation.

Keywords: Lamidan, tsikorlakt, pastille product, zephyr, creamed locum, iodine, iodine deficiency, organoleptic, physical and chemical and mathematical modeling.

Розділ 5.
ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

УДК 613.2.002.35: 614.31

Івашиків Л. Я.

**ВМІСТ ХАРЧОВИХ ДОБАВОК У ПРОДУКТАХ ХАРЧУВАННЯ
ТА ЇХ НЕБЕЗПЕКА ДЛЯ ЗДОРОВ'Я СПОЖИВАЧІВ**

У статті проаналізовано продукти харчування на вміст харчових добавок Е102, Е110, Е122, Е124, Е211, Е250, Е 320, Е450, та Е951. Більшість цих добавок є заборонені в багатьох країнах через небезпеку для здоров'я людини. Проведено оцінку поінформованості споживачів про харчові добавки та їх можливі ризики для здоров'я.

Ключові слова: харчові добавки, безпека харчових продуктів.

Сьогодні актуальною проблемою є вивчення впливу на організм людини чинників довкілля, серед яких їжа займає особливо важливе місце. На жаль, багато сучасних продуктів харчування можна розцінювати як джерело можливих хвороб, що виникатимуть із часом, у разі їх систематичного споживання. Це зумовлено, зокрема, включенням до їх складу значної кількості харчових добавок, які можуть здійснювати негативний вплив на організм людини.

Останнім часом споживання харчових добавок суттєво збільшилось. Це пов'язано, в першу чергу, з розширенням переліку дозволених до використання препаратів. Перелік харчових продуктів, вільних від харчових добавок, поступово скорочується. Багато наймасовіших продуктів щоденого вживання містять певну кількість харчових добавок (зернові і м'ясні продукти, сири, олія, майонез, безалкогольні напої, кондитерські вироби) [10].

Відповідно до пункту 8 ст. 1 Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів», харчовий продукт вважається непридатним до споживання людиною, якщо він: містить харчову добавку, яка не затверджена для використання в Україні, або харчову добавку, яка не дозволена для використання у певному харчовому продукті, або харчову добавку, яка затверджена для використання у певному харчовому продукті, але була включена в обсязі, що перевищує рівень включень, встановлений санітарними заходами або технічними регламентами, або, якщо такі відсутні, — рівень включень, встановлений відповідними міжнародними організаціями [8].

Виробництво харчових добавок у світі має тенденцію до безперервного кількісного і якісного зростання: в Азії — на 10–15 %, у США — на 4,4 %, у країнах Європи — лише на 2 % [10]. Деякі з них визнаються небезпечними для здоров'я людини і їх застосування забороняється. В Україні таких добавок є лише сім (Е105, Е121, Е123, Е126, Е130, Е239, Е240). Але є велика кількість добавок, які ще повністю не вивчені й тому, не дозволені офіційно [3].

Проводяться чисельні дослідження впливу різних харчових добавок на живий організм [4; 7; 10; 13; 14]. Проте, опитування, проведене в США, показало, що понад 80 % населення вважають необхідним знизити вміст у харчових продуктах жирів, холе-

стерину, хвороботворних мікроорганізмів і пестицидів і лише 20 % хочуть обмежити використання консервантів, наповнювачів, солі, гормонів, антибіотиків і цукру. Така парадоксальна ситуація склалася через нерозуміння населенням вірогідної шкоди здоров'ю внаслідок постійного вживання комплексу різноманітних харчових добавок [10].

Тому, метою дослідження було вивчення інформації про вміст харчових добавок у продуктах харчування та аналіз їхньої небезпеки для здоров'я людини й обізнаності про цю небезпеку споживачів.

У роботі проаналізовано п'ятдесят етикеток різних продуктів харчування, що користуються великим попитом серед населення та реалізуються в роздрібній торгівлі у супермаркетах м. Львова («Арсен», «Сільпо», «Барвінок», «Рукавичка»). Також проведено соціологічне опитування 120 осіб віком від 17 до 40 років (69 осіб жіночої статі та 51 чоловічої) за спеціально розробленою анкетою щодо інформованості споживачів про харчові добавки та їхні можливі ризики для здоров'я людини. Переважно опитуваними були студенти.

У першу чергу аналізували продукти на вміст у них синтетичних барвників Е102, Е110, Е122, Е124, які дозволені до використання в Україні, проте входять до так званого «Саутгемптонського переліку» та є забороненими у країнах ЄС.

У 2008 р. Європейським Парламентом було ратифіковано законодавчий акт відносно маркування продукції, що містить шість барвників, які належать до так званого «Саутгемптонського переліку». Заборона використання й особливості маркування є наслідком наукових досліджень науковців Саутгемптонського університету (Великобританія), які встановили токсичність штучних барвників. Програму цих досліджень було ініційовано EFSA (Європейською адміністрацією безпеки харчових продуктів), що зумовило прийняття Європейським Парламентом з 20 липня 2010 р. обов'язкового маркування із надписом «може мати негативний вплив на активність та увагу дітей» на етикетках харчових продуктів, що містять будь-яку кількість синтетичних барвників Е102, Е104, Е110, Е122, Е124, Е129 [12].

Узагальнення результатів дослідження токсичності синтетичних барвників (Е-102, Е-104, Е-110, Е-122, Е-124, Е-127, Е132, Е-133) в хронічному і субхронічному експериментах представлено у роботі Поповича Н. А. та ін. [7]. Вони свідчать про те, що практично усі ці синтетичні барвники здатні, залежно від дози, зумовлювати небажані ефекти [7].

Нами виявлено: Е102 тартразин (синтетичний барвник жовтого кольору) в таких продуктах, як: рулет «Сувенірний» (виробник (в-к): ТОВ кафе «Юність», м. Кременчук, Україна); «Creamel» напій слабоалкогольний слабогазований (в-к: ТОВ «Напої Плюс», м. Київ, Україна); печиво «Изобилие» (в-к: ТОВ кафе «Романтика», м. Кременчук, Україна); набір печива здобного «Ассорти» (ПП Авдеєв В. П., м. Миколаїв, Україна), мармелад на фруктозі «Надія» (в-к: ПАО «Ясен», м. Чернігів, Україна); Е110 (жовтий барвник «сонячний захід» або «спеціальний жовтий») — у стружці рибній (в-к: ПП «Вомонд», м. Калуш, Івано-Франківська обл., Україна), воді «Olimpia» (в-к: СП «Етрус», м. Дубляни, Львівська обл., Україна), напої з ароматом абрикоса (ЗАТ «Галвінпрод», м. Львів, Україна), мармелад на фруктозі «Надія» (в-к: ПАО «Ясен», м. Чернігів, Україна). Синтетичні барвники червоного кольору азорубін Е122 та понсо 4R Е124 виявлено у таких продуктах. Азорубін Е122 у: напої слабоалкогольному слабо газованому «Creamel» (в-к: ТОВ «Напої Плюс», м. Київ, Україна), повітряному батончику «Мажор» (в-к: «АВК», м. Донецьк, Україна) та добавку Е124 у: «Galaretka» (в-к: «Kraw Pak», Польща), наборі печива здобного «Ассорти» (в-к: ПП Авдеєв В. П., м. Миколаїв, Україна), киселі полуничному (в-к: ТзОВ «Кондитерпромторг-1», м. Львів, Україна), стружці рибній (в-к:

ПП «Вомонд», м. Калуш, Івано-Франківська обл., Україна), рулеті «7days» (ТОВ «Чіпіта Санкт-Петербург», м. Санкт-Петербург, Росія), напої з ароматом абрикоса (ЗАТ «Галвин-прод», м. Львів, Україна) тощо.

Усі зазначені барвники можуть спричинювати (крім гіперактивності та порушення уваги у дітей) виникнення різних алергійних реакцій на шкірі, анафілактичного шоку, або нападу ядухи в астматиків та людей з несприйнятливістю до аспірину. Крім того, добавка Е110 може бути причиною розладу шлунку, блювоти, болю в животі, вона заборонена у Норвегії, Швеції й Фінляндії. Слід зауважити, що Е110 часто використовують у поєданні з Е123, з метою отримання коричневого кольору (кольору шоколаду, карамелі). Барвник Е122 заборонений у Японії, Канаді, Норвегії, Австрії, Швеції, США. У деяких країнах синтетичні барвники Е102, Е110, Е122 та Е124 належать до групи канцерогенів.

Кількісний аналіз синтетичних барвників у продуктах харчування здійснено Поповичем Н. А. та ін. [7]. Встановлено перевищення максимально допустимого рівня (200 міліграм/кг) тартразину спостерігається в драже (299,2 міліграм/кг), тістечках (258,7 міліграм/кг), вафлях (215,0 міліграм/кг), хінолінового жовтого (200 міліграм/кг) — в цукерках желатинових з кольоровим покриттям на основі алюмінієвого лаку (427,0 міліграм/кг). Значне перевищення максимально допустимого рівня жовтого «сонячний захід» і понсо 4R (50 міліграм/кг) виявлено в карамелі льодянковій — 269,9 і 258,9 міліграм/кг відповідно [7].

Для оцінки небезпеки барвників для людини автори [7] розрахували максимально можливі рівні надходження їх із харчовими продуктами в організм людини та, зокрема, зазначили, що барвники понсо 4R, кармазин перевищують допустимі рівні, рекомендовані ВООЗ для дітей і дорослих, а барвник жовтий «сонячний захід» перевищує допустиму величину для дітей.

Офіленко Н. О. [6] у своїй роботі пропонує створити систему контролю за вмістом синтетичних барвників у харчових продуктах, розробляти методики з ідентифікації та кількісного визначення барвників, організовувати системи державного контролю за виробництвом і продажем харчових продуктів з синтетичними барвниками. Доцільно заборонити використання синтетичних барвників в алкогольних напоях (оскільки їх вплив разом із спиртовим розчином не виявлено) та дитячому харчуванні. Також інформувати на маркуванні про можливий вплив на здоров'я барвника, який застосовували, надаючи можливості споживачеві вирішувати — купувати цей продукт чи ні [6].

Серед досліджуваних харчових продуктів з цифровими кодами ЄС від 200 до 299, тобто, консервантів, ми звернули увагу на такі найпоширеніші харчові добавки, як Е211 — бензоат натрію та Е250 — нітрат натрію. Е211 було виявлено у багатьох продуктах, таких як: маргарин «Домашній Щедро» (в-к: ЗАТ «Запорізький оліяжиркомбінат», м. Запоріжжя, Україна), гірчиця з хроном (в-к: ТОВ «Агроеокопродукт», Черкаська обл., Україна), стружка рибна (в-к: ПП «Вомонд», м. Калуш, Івано-Франківська обл., Україна), вода «Olimpia» (в-к: СП «Етрус», м. Дубляни, Львівська обл., Україна), ікра делікатесна № 4 «Санта Бремор» (в-к: СП «Санта Бремор» ООО, м. Брест, Білорусь), маргарин «Оливковий» (ЗАТ «Запорізький оліяжиркомбінат "Щедро"», м. Запоріжжя, Україна), напій безалкогольний на ароматизаторах (СТ «Капелька», Львівська обл., Україна), напій з ароматом абрикоса (ЗАТ «Галвинпрод», м. Львів, Україна), напій «Соковинка» (ТОВ «Карпатські мінеральні води», Львівська обл., Україна), напій «Olimpia Виноградне грено» (СП «Етрус», м. Дубляни, Львівська обл., Україна), напій «Дюшес» (ЗАТ «Галвинпрод», м. Львів, Україна). Добавку Е250 містить сир плавлений «Весела корівка» (в-к: ПАД «Бель Шостка Україна», Сумська обл., Україна).

Токсичність та канцерогенність бензоату натрію ще остаточно є нез'ясованими, дослідження тривають. Проте, у європейських країнах обговорюють негативний вплив

комбінації бензоату натрію і штучних барвників на поведінку та інтелект дітей. Крім того, відомою є здатність бензоату натрію, вступивши в реакцію з іншими консервантами (вітаміном С або Е), утворювати бензол, який є канцерогеном. Як видно з наших досліджень, бензоат натрію додають до багатьох газованих солодких напоїв, до складу яких також входить вітамін С (добавка Е300). Це, ймовірно, є дуже небезпечним для здоров'я споживачів.

Щодо нітритів слід зазначити, що ці добавки негативно впливають на організм людини, оскільки мають високий рівень вірогідності накопичення високих концентрацій канцерогенних сполук (нітrozамінів) за біохімічної трансформації залишкового нітрату натрію. Крім того, нітрит натрію при попаданні в кров у великій кількості зв'язує гемоглобін, перешкоджаючи перенесенню кисню.

В Україні харчову добавку Е-250 широко використовують як фіксатор кольору при виготовленні варених, копчено-варених, копчено-запечених м'ясних виробів зі свинини, м'ясних консервів і сирокопчені ковбаси (залишкова кількість у кінцевому продукті повинна становити не більше 30 мг/кг); сирокопчених виробів зі свинини, виробів із яловичини і баранини, сосисок, сардельок, м'ясних хлібців, варених, напівкопчених, варено-копчених, сирокопчених ковбас, зельців, м'ясних фаршевих консервів (залишкова кількість — не більше 50 мг/кг продукту). І хоча на етикетках перерахованих вище м'ясних виробів зазначають цей складник, проте виробники не вказують на його залишкову кількість у продукті чи на те, наскільки він відповідає нормі.

У Євросоюзі нітрит натрію може застосовуватися лише як добавка до кухонної солі у кількості не більше 0,6 %.

Різні українські та зарубіжні вчені досліджують можливості заміни нітрату натрію при утворенні кольору ковбасних виробів [5].

З антиокислювачів нашу увагу привернув бутилгідроксианізол — добавка Е320, яка в багатьох країнах є занесена до червоного списку харчових добавок із найвищим рівнем небезпеки. Добавку Е 320 було виявлено на етикетках цукерок «Беліссімо» (ЗАТ Виробниче об'єднання «Київ-Конті», Україна), набору печива здобного «Ассорти» (в-к: ПП Авдеєв В. П., м. Миколаїв, Україна), дріжджів активних «Еко» (в-к: ЗАТ «Екотехніка», м. Київ, Україна), жувальних гумок «Orbit» та «Eclipse karma» (в-к: ТОВ «Wrigley», м. Санкт-Петербург, Росія).

Е 320 може спричинити крапивницю, сонливість, головний біль, втому, астму, не рекомендований в дитячому харчуванні, може здійснювати шкідливий вплив на нирки, печінку, щитовидну залозу, шлунок, репродуктивну функцію, гормональні порушення. Є канцерогеном і тератогеном [11, с. 66–67].

Серед стабілізаторів нашу увагу привернула харчова добавка Е450 — пірофосфати, яку широко використовують при виготовлені плавлених сирів та консервуванні різних м'ясних продуктів. Цю добавку виявлено у таких продуктах: набір печива здобного «Асорти» (в-к: ПП Авдеєв В. П., м. Миколаїв, Україна), рулет бісквітний (в-к: ВАТ «Конті», м. Донецьк, Україна), сир плавлений «Весела корівка» (в-к: ПАД «Бель Шостка Україна», Сумська обл., Україна), сир плавлений пастоподібний «Hohland» з шинкою (в-к: ТОВ «Хохланд Руссланд», Московська обл., Росія). Слід зазначити, що пірофосфати вважаються безпечними при споживанні в їжу у незначних кількостях. Надмірне ж їх вживання може спричинити ушкодження нирок, порушення балансу між фосфором і кальцієм в організмі й, як наслідок, розвиток остеопорозу.

Із синтетичних цукрозамінників досліджували вміст харчової добавки Е951 — аспартаму. Її виявлено у напої кавовому розчинному «Якобз Зв1 Оріджінал» з цукром та підсолоджувачами (в-к: ЗАТ «Крафт Фудз Україна», м. Тростянець, Сумська обл.,

Україна), воді солодкій мінеральній «Напій зі смаком лимону та гранату» (в-к: ТзОВ «Компанія Віктор», Україна) та в жувальних гумках «Eclipse karma полуниця-лічі» (в-к: ТОВ «Wrigley», м. Санкт-Петербург, Росія).

Доведено, що вживання продуктів з аспартамом може спричинити головний біль, депресію, астму, втому, гіперактивність, сліпоту, агресивність, головокружіння, погіршення мозкової діяльності, порушення пам'яті. Не рекомендовані дітям, жінкам під час вагітності, оскільки є тератогеном [1, с. 189; 11, с. 130–131].

До харчових добавок, які часто спричиняють виникнення симптомів алергії у пацієнтів, належать бензоати, сульфіти, штучні барвники, глутамат натрію, сорбінову кислоту, нітрати і нітрити, аспартам. Вони, як відомо, можуть викликати реакції непереносимості як імунологічним, так і неімунологічним шляхом [2, с. 28; 9].

Згідно з вимогами чинного законодавства продукти дитячого харчування не повинні містити харчових добавок. Проте, наше дослідження свідчить, що досить велика кількість кондитерських виробів, солодких напоїв, які споживають діти містять небезпечні для здоров'я дітей харчові добавки, які дозволено використовувати в Україні.

Як зазначає Смоляр В. І. [10] у своїй роботі, слід постійно удосконалювати санітарне законодавство щодо використання харчових добавок у харчовій промисловості. З появою нових результатів досліджень токсичності харчових добавок необхідно терміново оновлювати перелік дозволених до використання препаратів [10].

Ми виявили також, що виробники іноді маскують склад продукту та, ймовірно, вміст шкідливих харчових добавок, зазначаючи на етикетках лише загальні їх назви — стабілізатори, емульгатори, підсолоджувачі тощо — без конкретизації, а інколи, навпаки, пишуть назву добавки (наприклад, тартразин) та не зазначають її код ЄС.

Проведене анкетування 120 споживачів про їх обізнаність щодо небезпеки харчових добавок показало, що жінки володіють більшою кількістю цієї інформації, ніж чоловіки. Переважно опитуваними були студенти.

Результати аналізу джерел, з яких отримано інформацію споживачами про небезпеку харчових добавок показали, що 41 % осіб дізналися про це з Інтернету, трохи менше — 31 % отримали знання під час навчання і 28 % — проінформовані завдяки засобам масової інформації. Тобто, інформацію споживачі отримують майже рівноцінно із різних джерел.

Оцінка зацікавленості споживачів у якості продуктів, які вони купують представлена на рис. 1. Вона свідчить про те, що половина опитуваних (49 %) при купівлі продук-

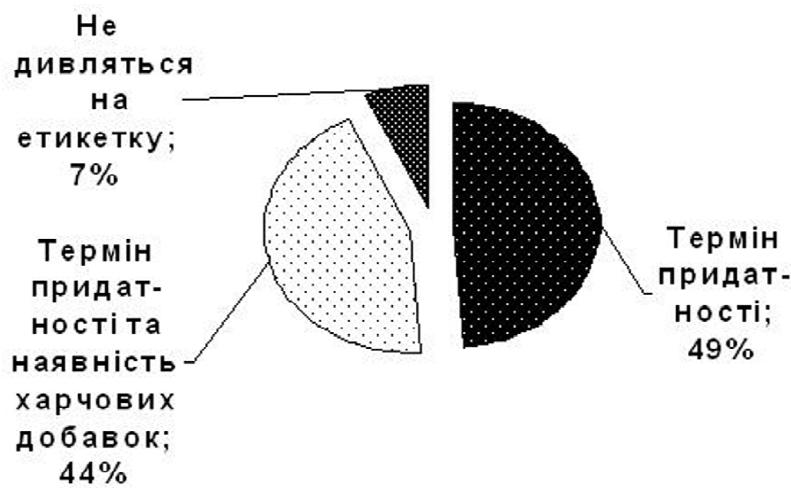


Рис. 1. Оцінка критеріїв вибору продуктів при їх купівлі

тів звертають увагу тільки на його термін придатності, майже стільки ж (44 %) завжди перевіряють наявність харчових добавок і термін придатності продукту, і лише 7 % опитуваних не дивляться на етикетку при купівлі продуктів.

Результати аналізу впливу обізнаності людей про вміст харчових добавок на вибір продуктів при їх купівлі (рис. 2) показали, що 68 % осіб вибирають продукт, знаючи, що в ньому міститься багато харчових добавок, набагато менше — 18 % не купують такі продукти, а 14 % осіб купують у тому випадку, коли продукт є дешевим.

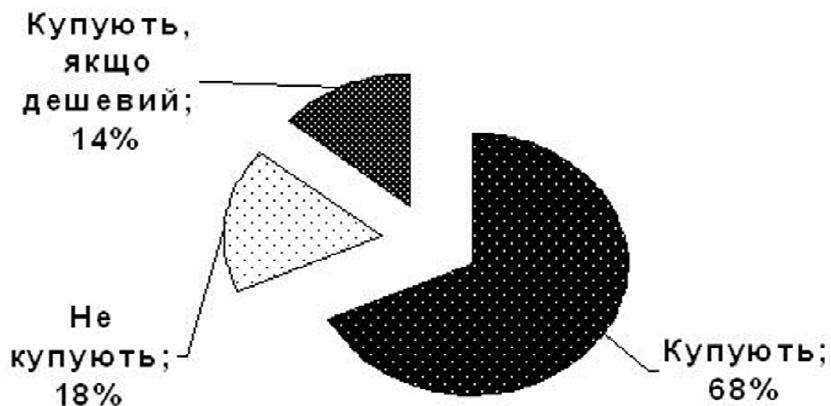


Рис. 2. Аналіз впливу обізнаності людей про вміст харчових добавок на вибір продуктів при їх купівлі

Аналіз напоїв, яким надають перевагу покупці показав, що 36 % опитуваних споживають мінеральні води, 32 % — віддають перевагу сокам, 16 % — споживають молочні продукти з коротким терміном зберігання та лише 3 % — молочні продукти з тривалим терміном зберігання. А 13 % опитуваних надають перевагу забарвленим солодким газованим напоям. Результати оцінки частоти вживання студентами кондитерських виробів яскравого забарвлення показали, що 58 % опитуваних рідко споживають такі вироби, 21 % споживачів часто їх споживають і стільки ж (21 %) не вживають кондитерських виробів яскравого забарвлення. У кондитерських виробах яскравого забарвлення та забарвлених солодких газованих напоях, یогуртах з фруктовими наповнювачами та тривалим терміном зберігання якраз і міститься багато харчових добавок, серед яких можуть бути найнебезпечніші для здоров'я людини синтетичні барвники та підсолоджувачі.

Результати аналізу готовності опитуваних відмовитись від продуктів, які можуть містити небезпечні для здоров'я людини харчові добавки (рис. 3) показали, що кількість тих, хто готовий це зробити і тих, хто не готовий майже однаакова — 43 і 42 % відповідно. 15 % опитуваних не визначились у виборі. Тобто, значна частина споживачів буде продовжувати купувати продукти із вмістом харчових добавок, які можуть бути шкідливими для здоров'я.

Таким чином, дослідивши етикетки харчових продуктів, які реалізуються у найвідоміших супермаркетах Львова, виявлено, що ринок продуктів харчування у місті насичений товарами, що містять харчові добавки Е102, Е110, Е122, Е124, Е211, Е250, Е320, Е450, та Е951, які є дозволеними в Україні та забороненими в багатьох країнах через небезпеку для здоров'я людини. Їх використання у перевищених дозах (особливо це стосується нітрату натрію, харчових фосфатів, синтетичних барвників, антиокислювачів і консервантів) істотно підвищує ризик токсикації.

Досить небезпечним є те, що виробниками не завжди приділяється достатньої уваги підбору та поєднанню харчових добавок у продукті, оскільки деякі харчові добавки при взаємодії можуть утворювати токсичні речовини з шкідливою дією на організм.

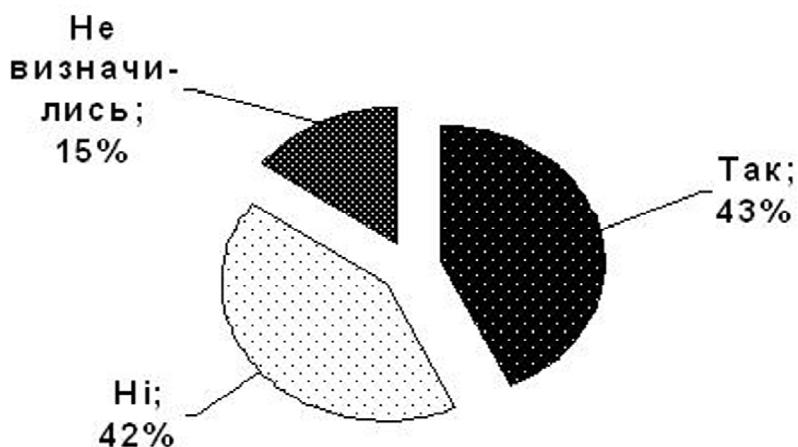


Рис. 3. Оцінка готовності опитуваних відмовитись від купівлі продуктів, які можуть містити небезпечні для здоров'я харчові добавки

Соціологічне опитування 120 осіб різного віку і статі показало низьку обізнаність людей про небезпеку харчових добавок. Особливої значимості при цьому набуває проведення більш широкої роз'яснювальної роботи серед споживачів, навчання правильному вибору продуктів харчування на основі достовірної інформації стосовно небезпеки того чи іншого іх складника.

Використання харчових добавок повинно суворо контролюватися з боку держави, необхідно розширити перелік заборонених до використання в Україні харчових добавок (на сьогодні їх є лише сім) та обмежити перелік харчових добавок дозволених до використання в харчовій промисловості, залишивши лише найнеобхідніші.

Література

1. Батманхелидж Ф. Вода для здоров'я [Текст] / Ф. Батманхелидж : пер. с англ. О. Г. Белошев. — 7-е изд. — Мн. : Попурри, 2012. — 288 с. : ил. (Серия Здоровье и альтернативная медицина). — ISBN 978-985-15-1447-8.
2. Борисова И. В. Пищевая аллергия у детей [Текст] / И. В. Борисова, С. В. Смирнова. — Красноярск : Изд-во КрасГМУ, 2011. — 150 с., рис. 29, табл. 11. — ISBN 978-5-904140-21-2.
3. Заборонені харчові добавки (або ще не дозволені) в Україні [Електронний ресурс] : Офіційний сайт : Харчові добавки. — Режим доступу : <http://dobavki-info.org.ua/zaboroneni-harchovi-dobavky.html>.
4. Мельниченко Т. І. До питання визначення синтетичних барвників в харчових продуктах [Текст] / Т. І. Мельниченко // Современные проблемы токсикологии, 2000. — № 5. — С. 33–36.
5. Молоканова Л. В. Кольроутворення ковбасних виробів: проблеми і можливі шляхи їх вирішення / Л. В. Молоканова, А. А. Квасніков [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/PORTAL/Soc_Gum/Tti/2010_2/Molokan.pdf.
6. Офіленко Н. О. Актуальність і безпечність використання барвників у харчових продуктах / Н. О. Офіленко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Otkhv/2010_26/Ofilenko.pdf.
7. Попович Н. А. К оценке опасности применения синтетических пищевых красителей [Текст] / Н. А. Попович, С. Е. Катаева, Т. И. Мельниченко // Современные проблемы токсикологии, 2000. — № 2. — С. 33–39.
8. Про безпечність та якість харчових продуктів: закон України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.
9. Смирнова С. В. Аллергия и псевдоаллергия [Текст] : к вопросам распространенности, этиологии, патогенеза, дифференциальной диагностики и терапии / С. В. Смирнова. — Красноярск : Гротеск, 1997. — 220 с. — ISBN 5-86426-094-0.

10. Смоляр В. І. Сучасні проблеми використання харчових добавок [Електронний ресурс] / В. І. Смоляр. — Режим доступу : http://www.medved.kiev.ua/Web_journals/Arhiv/Nutrition/2009/1-09/str05.pdf.
11. Стейтем Б. Чем нас травят? Полный справочник вредных, полезных и нейтральных веществ, которые содержатся в пище, косметике, лекарствах [Текст] / Билл Стейтем. — С-Пб. : ПРАЙМ-ЕВРО-ЗНАК, 2008. — 319 с. — ISBN 978-985-16-4106-8.
12. Шубина Г. Красители в пищевой промышленности. Что можно, а что нет [Текст] / Г. Шубина // Мясной бизнес, 2009. — № 8. — С. 22–26.
13. Krummel D. A. Hyperactivity: is candy cancel [Текст] / D. A. Krummel, F. N. Seligson, H. A. Guthrie // Crit. Rev. Food Sci. Nutr., 1996. — Vol. 36. — P. 31–47.
14. Waggel W. J. Analysis of thresholds for carcinogenicity [Текст] / W. J. Waggel // J. Toxicol. Lett., 2004. — 144, № 1–3. — P. 415–419.

Івашиків Л. Я.

СОДЕРЖАНИЕ ПИЩЕВЫХ ДОБАВОК В ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ И ИХ ОПАСНОСТЬ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В статье проанализированы продукты питания на наличие пищевых добавок E102, E110, E122, E124, E211, E250, E 320, E450, и E951. Большинство этих добавок запрещено во многих странах из-за опасности для здоровья потребителей. Проведена оценка осведомленности потребителей о пищевых добавках и их возможных рисках для здоровья.

Ключевые слова: пищевые добавки, безопасность пищевых продуктов.

Ivashkiv L. Ya.

REVIEW OF THE CONTENT OF FOOD ADDITIVES IN FOOD PRODUCTS AND THEIR CONSUMERS HEALTH HAZARDS

The article analyzes food products that are containing food additives of E102, E110, E122, E124, E211, E250, E 320, E450, and E951. These most additives are forbidden in many countries from a consumers health hazard. The estimation of consumer awareness about food additives and their health risks was made.

Key words: food additives, food safety.

УДК 68.338.3

Сусол Н. Я.

ЗАХОДИ КОНТРОЛЮ НОРМ ТА ПРАВИЛ НАЛЕЖНОЇ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті досліджено діючі норми у галузі, відповідно до функціонально-технологічних процесів діяльності закладів ресторанного господарства, визначені основні об'єкти контролю щодо вимог безпеки. Сформовано систему заходів належної виробничої практики в діяльності підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: послуги харчування, безпека продукції та послуг, нормативні вимоги, заходи належної виробничої практики.

Організована система надання послуг харчування забезпечує життєдіяльність людей під час роботи, навчання, відпочинку, подорожі та інших умовах. Безумовним критерієм послуг харчування є їх безпека та якість, що гарантує збереження і зміцнення здоров'я людини.

Контроль виробництва безпечної продукції є безумовною складовою усіх підприємств, а його ефективність демонструє рівень продовольчої безпеки та економічний розвиток. Однак, не тільки сам процес виробництва сировини та продукції потребує чіткого контролю, це ж стосується й переробки, зберігання та умов споживання харчових продуктів. Часто саме порушення умов зберігання, або їх споживання у неналежних санітарно-гігієнічних умовах спричиняє загрозу здоров'ю та життю споживачів. За таких обставин продукти потрапляють у категорію небезпечних. Такі технологічні помилки, на жаль, мають місце в роботі підприємств ресторанного господарства, у процесі виробництва кулінарної продукції та її реалізації з безпосереднім обслуговуванням споживачів. Факт ймовірного допускання таких помилок у ресторанному господарстві визначає актуальність дослідження системи заходів щодо попередження та створення умов надання безпечних послуг харчування.

Завдання належної виробничої практики харчових підприємств розглядається в структурі питань безпеки продуктів, які достатньо активно досліджуються й обговорюється у рамках науково-практичних конференцій [1, 2, 3]. В основному ці дослідження спрямовані на формування загальних зasad, або розробку окремих безпечних технологій [4, 5]. Оскільки питання безпеки харчування в попередніх дослідженнях розглядались як система принципів для підприємств харчової промисловості, доцільно обґрунтувати заходи належної виробничої практики для забезпечення безпеки послуг закладів ресторанного господарства.

Безпека і якість продукції та послуг підприємств ресторанного господарства визначена правовими Актами та нормативними документами [6–9], виконання яких повинно забезпечуватись усіма суб'єктами підприємницької діяльності з метою виключення появи небезпечних чинників загрози життю, шкоди здоров'ю, майну або довкіллю в процесі приготування та споживання продукції ресторанного господарства.

Контролюють виконання діючих норм відповідні служби, шляхом планових інспектуючи перевірок. Власне за результатами таких перевірок закладів ресторанного господарства щодо виконання вимог безпеки та якості, виявлено ряд порушень. Найбільш характерними є:

- відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продовольчі товари та сировину, що використовуються для приготування страв — 45 %;
- відсутність документів, що підтверджують якість та безпеку, в тому числі реєстраційних номерів сертифікатів відповідності у супровідних документах, згідно з якими продукцію передано на реалізацію — 43 % від забракованої кількості;

- невідповідність вимогам нормативних документів — 17,3 %;
- реалізація товарів з вичерпаним терміном придатності — 2,2 %;
- відпуск продукції споживачам здійснюється неповною мірою та масою;
- в підприємствах відсутні технологічні та калькуляційні карти;
- не дотримуються технологічні процеси та норми закладки сировини при приготуванні їжі.

Приведені результати свідчать про наявність небезпечних чинників, що не лише порушують права споживачів, а й можуть бути небезпечними для їх здоров'я та життя. Складність виробничої діяльності закладів ресторанного господарства у порівнянні з іншими переробними підприємствами харчової галузі зумовлена тим, що у ресторанах, барах та інших типах закладів галузі, для виготовлення кулінарних виробів та страв застосовують різноманітні види сировини — м'ясну, рибну, овочеву, молочні продукти, фрукти, тощо. Другим аспектом є властивість продукції галузі, яка має не тривалий термін зберігання, для прикладу орієнтовний період часу 6–24 год, а у повносервісних закладах повинна виготовлятися під замовлення вільного вибору споживачів.

Приведені результати незадовільної діяльності закладів галузі потребують дієвих заходів зі сторони держави, які б посилили адміністративні заходи щодо виконання норм безпеки, а також сприяли розвитку добросовісної відповідальності підприємств шляхом самостійного контролю на всіх етапах виробництва та реалізації продукції. У розвинених країнах підприємства харчової індустрії застосовують багаторівневу систему контролю яка гарантує безпеку продукції [10, 11].

Проаналізувавши нормативні вимоги щодо безпеки продукції та послуг ресторанного господарства, відповідно до основних функціонально-технологічних аспектів роботи закладів, визначено основні об'єкти що підлягають контролю та відповідному виконанню норм (рис.1).



Рис. 1. Об'єкти контролю щодо вимог безпеки у галузі ресторанного господарства

Відповідно до визначеного комплексу об'єктів контролю, розглянемо систему заходів, належне виконання та дотримання яких дозволять підприємствам галузі підвищити рівень належної виробничої практики щодо виготовлення якісної продукції та надання безпечних послуг.

Забезпечення безпеки продукції та послуг починається з моменту проектування закладу, правильного розподілу площи приміщень та їх функціонального звязку. Підприємство ресторанного господарства може бути розміщене в самостійній будівлі або будівлі, яка належить до складу торговельного центру, готелю тощо, побудованій чи реконструйованій за індивідуальним проектом. У закладі ресторанного господарства повинні бути забезпечені безпека життя, здоров'я та майна гостей у звичайних, а також в екстремальних умовах (ситуаціях). Для цього будівельні споруди повинні мати аварійні виходи, сходи, добре помітні інформаційні покажчики, що забезпечують вільну орієнтацію людей, відповідати до вимог ДБН В.2.2-9-99 та ДБН В.2.2-3-97. Також обладнані системами оповіщення і засобами захисту від пожежі.

Належний рівень організації внутрішніх виробничо-торговельних приміщень у великій мірі залежить від правильної компонувки приміщень і раціонального розподілу площи між різними видами приміщень. Відповідно до основних типів закладів ресторанного господарства, передбачено наявність необхідних виробничих, торговельних та побутових приміщень згідно з СанПін 42-1234117, СанПін 42-123-5777, ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.019, ГОСТ 17.2.3.02. Так для підприємств з повним виробничим циклом, відповідно до технологічного процесу, потрібні комірні приміщення, виробничі цехи та відділення, допоміжні та підсобні, торговельні зали, вестибюльні приміщення та адміністративні. Усі види приміщень мають бути організовані за призначенням, включаючи виокремлення відповідних відділень, технологічних ліній та робочих місць. Для забезпечення належних умов обслуговування та роботи працівників під час надання послуг повинні виконуватись норми, що діють за рівнем шуму, вібрацій, освітлення, стану мікроклімату відповідно до СП № 42-123-5777-91, показникам електро-, пожежо- і вибухобезпечності — вимогам СНiП — 2.08.02-891.

Для організації виготовлення продукції та обслуговування споживачів необхідно виконувати оснащення закладів торговельно-технологічним, холодильним устаткуванням, посуд, прилади і інвентар, інші предмети матеріально-технічного оснащення. Усі предмети мають бути виготовлені з матеріалів, дозволених для контакту з харчовими продуктами, і відповідати вимогам СП № 42-123-5777-91 експлуатаційної документації виробника і нормам технічного оснащення підприємств закладів ресторанного господарства.

Належне виконання виробничо-торговельної діяльності у галузі ресторанного господарства передбачає застосування метрологічних засобів, які дозволяють контролювати процеси. До групи таких приладів належать: термометри, мірні стакани, гігрометри, овоскопи.

Технологічне і холодильне устаткування розміщують з урахуванням послідовності технологічного процесу, так щоб виключити зустрічні й перехресні потоки: сиропний, напівфабрикатів і готової продукції, а також забезпечити вільний доступ до нього та дотримання правил техніки безпеки на робочих місцях.

У процесі виробничої діяльності необхідно дотримуватись норм санітарної обробки інвентарю, відповідними дезинфікуючими розчинами та засобами (1–2 %-го розчину кальцинованої соди, 1 %-им розчином хлорного вапна). Поряд з цим слід пам'ятати про необхідність маркування кухонного інвентарю відповідно до оброблюваного на них продукту: «СМ» — сире м'ясо, «СР» — сира риба, «ВМ» — варене м'ясо, «МГ» — м'ясна гастрономія, та інші. У деяких країнах застосовують новий підхід —

маркування, який базується на визначених схемах кольорового координування. Для прикладу, весь інвентар для обробки риби виготовляють голубого кольору, для м'яса червоного. Як стверджують практики, такий підхід є ефективнішим, адже не потрібно затрачати час на розпізнання призначення інвентарю, виключає допускання механічних помилок при читанні нечіткого маркування. Беззаперечно варто наголосити про санітарно-гігієнічні норми і правила, стосовно сантехнічного і виробничого устаткування, стану чистоти комірних, виробничих та торговельних приміщень, утилізація відходів і ефективного захисту від комах та гризунів.

Уся сировина і продовольчі товари, що надходять на підприємство для виробництва кулінарної продукції, повинні відповісти вимогам чинної нормативно-технічної документації, знаходиться у справній чистій тарі і супроводжуватися документами, що засвідчують їх якість. Під час прийому продукції завідувач виробництва або комірник (або інша визначена посада) здійснює контроль якості сировини, що надходить, і забезпечує умови зберігання, виробництва, реалізації і організації вживання відповідно до нормативно-технічної документації та технологічної документації.

Асортимент продукції, що виготовляється закладом, розробляється в чіткій відповідності з типом підприємства ресторанного господарства, складом приміщень, оснащенням його холодильним і технологічним устаткуванням. Випуск продукції власного виробництва підприємства ресторанного господарства забезпечується виключно на основі нормативно-технічної і технологічної документації, тому, у закладі на встановлений асортимент продукції власного виробництва діють затверджені технологічні карти, на основі яких здійснюють технологію приготування та контроль якості готових виробів. На фірмові страви закладу розробляють рецептури відповідно до діючого порядку, який передбачає нормування фізико-хімічних, мікробіологічних та органолептических показників виробу, та погодження таких рецептур у головного районного санітарного лікаря [12].

Обсяг виготовлення продукції кожним підприємством має визначатись відповідно до рівня попиту на весь асортимент. Адже реалізація готової кулінарної продукції повинна здійснюватись у визначені строки. Звичайно, коли заклад виготовляє під замовлення це не складно, однак заклади які реалізують продукцію через лінію роздачі, або магазини кулінарії повинні чітко дотримувати умови зберігання готової продукції, які є доволі складними. Для прикладу, салати, вінегрети у не заправленому стані зберігають при температурі 2–6 °C не більше 6 годин. У виняткових випадках вимушено зберігання їжі, що залишилася, її необхідно охолодити і зберігати при температурі 2–6 °C не більше 18 год.

Для транспортування напівфабрикатів із заготівельних підприємств у доготівельні або магазини кулінарії потрібно використовувати спеціальну марковану тару, дозволену Міністерством охорони здоров'я для контакту з харчовими продуктами. У магазинах (відділах) кулінарії мають бути забезпечені умови окремого зберігання, з дотриманням умов товарного сусідства, температурних режимів, терміну реалізації та відпуску напівфабрикатів та готової продукції.

Особлива увага, стосовно безпеки, вимагається від персоналу підприємств галузі. Виробничий і обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку і забезпечувати дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни при виготовленні, зберіганні, реалізації і організації споживання кулінарної продукції.

Передусім усі працівники підприємства повинні пройти попередній інструктаж щодо вимог безпеки праці і їх дотримання. Персонал з обслуговування повинен носити формений одяг, а виробничий персонал санітарний одяг визначений правилами.

Кожен працівник повинен мати особисту медичну книжку, у якій фіксують результати медичних обстежень, відомості про перенесені інфекційні захворювання, про складання санітарного мінімуму, що реєструються у журналі та зберігаються на підприємствах.

У період небезпечних захворювань Працівники не допускаються до виконання обов'язків, адже є потенційними носіями інфекційного захворювання. Це питання є надзвичайно важливим у роботі закладів ресторанного господарства, адже основну частку технологічних операцій виготовлення страв та їх реалізації, становить людська праця, де відбувається пряма взаємодія з сировиною та безпосередній взаємозв'язок з відвідувачами закладу.

Персонал підприємства харчування зобов'язаний дотримуватися таких правил особистої гігієни:

- приходити на роботу в чистому одязі і взутті;
- залишати верхній одяг, головний убір, особисті речі в гардеробній;
- коротко стригти нігти;
- перед початком роботи старанно мити руки з милом, одягати чистий санітарний одяг, підбирасти волосся під ковпак або косинку чи одягати спеціальну сіточку для волосся;
- у разі відвідання туалету знімати санітарний одяг у спеціально відведеному місці, після відвідання старанно мити руки з милом, бажано дезінфікуючи;
- у разі появи ознак простудного захворювання або кишкової дисфункції, а також нагноєння, порізів, опіків повідомляти адміністрацію й звертатися до медичного закладу для лікування;
- повідомляти про всі випадки захворювань кишковими інфекціями у сім'ї працівника.

З метою посилення контролю особистої гігієни та санітарії персоналу на підприємстві можна вводити спеціальний контроль обов'язкових заходів, таких як: миття рук після відвідування туалетної кімнати; перед початком роботи; приймання їжі; використання санітарної обробки поверхонь і обладнання; роботи з грошима; кашлю і чхання; зміни робочого місця.

З досліджень діючих норм у галузі ресторанного господарства, відповідно до функціонально-технологічних процесів діяльності закладів, визначено основні об'єкти контролю щодо вимог безпеки у галузі ресторанного господарства. Така систематизація у контексті практичних заходів забезпечення вимог та норм щодо безпеки продукції та послуг закладів ресторанного господарства спрямована на підвищення рівня належної виробничої практики у щоденній діяльності під час надання послуг харчування.

В подальших дослідженнях доцільно працювати над розробкою методів інспектування, зокрема створювати заходи контролю відповідно до потужності та спеціалізації закладів ресторанного господарства. Адже чим більша виробнича потужність підприємства тим більша ймовірність небезпечних чинників.

Література

1. Міжнародна науково-практична конференція «Якість та безпека продукції АПК: сучасний стан, проблеми та перспективи», 22–23 березня 2011 р. смт. Чабани, Київська обл., Україна.
2. III всеукраїнську науково-практичну конференцію «Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпека продуктів», 21–22 квітня, ЛІЕТ, Львів, 2011.
3. Гросул В. О. Забезпечення продовольчої безпеки України / Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. «Регуляторні механізми у сфері виробництва та споживання продовольчих товарів в умовах інтеграційних процесів» / В. О. Гросул. — Миколаїв, 2010. — С. 58–61.
4. Гойчук О. І. Продовольча безпека [Текст] : моногр. / О. І. Гойчук. — Житомир : Полісся, 2004. — С. 15.

5. Ратушний А. С. К вопросу систематизации показателей безопасности кулинарной продукции [Текст] / А.С. Ратушний, В.Г. Топольник // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Технічні науки . — 2010. — № 1. — С. 163–176.
6. Україна. Закон. Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини: від 23 грудня 1997 р. № № 771/97-ВР (із змінами 2002) // Офіційний вісник України.— 2002 р. — № 46. — С. 7–11.
7. Міністерство економіки України. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо забезпечення якості та безпеки товарів і послуг підприємств ресторанного господарства наказ від 22.07.2008 № 295.
8. СП № 42-123-5777-91 Санитарные правила для предприятий общественного питания, включая кондитерские цехи и предприятия, вырабатывающие мягкое мороженое.
9. СП № 42-123-4117-86 Санитарные правила. Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов.
10. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги: ДСТУ 4161:2003. — [Чинний від 2003-07-01]. — К. : Держспоживстандарт України, 2003. — 13 с. — Національний стандарт України.
11. Системи управління безпечністю харчових продуктів. Вимоги до будь-яких організацій харчового ланцюга (ISO 22000:2005, IDT): ДСТУ ISO 22000: 2007. — [Чинний від 2007-04-02]. — К. : Держспоживстандарт України, 2003. — 29 с. — Національний стандарт України.
12. Україна. Міністерство економіки. Порядок розробки та затвердження технологічної документації на фірмові страви, кулінарні та борошняні кондитерські вироби на підприємствах громадського харчування: від 12.10.2000 р. № 705/4926.

Сусол Н. Я.

МЕРОПРИЯТИЯ КОНТРОЛЯ НОРМ И ПРАВИЛ НАДЛЕЖАЩЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

В статье исследовано действующие нормы в отрасли, в соответствии с функционально-технологическими процессами деятельности заведений ресторанных хозяйств, определено основные объекты контроля относительно требований безопасности. Сформирована система мероприятий надлежащей производственной практики в деятельности предприятий ресторанных хозяйств.

Ключевые слова: услуги питания, безопасность продукции и услуг, нормативные требования, мероприятия надлежащей производственной практики.

Susol N. Ya.

CONTROL MEASURES, NORMS AND RULES OF GOOD MANUFACTURING PRACTICES OF ENTERPRISES OF RESTAURANT BUSINESS

In the article investigational operating norms are in industry, in accordance with functionally technological processes of activity of establishments of restaurant economy certainly basic objects of control in relation to the requirements of safety. The system of measures of the proper production practice is formed in activity of enterprises of restaurant economy.

Keywords: services of feed, safety of products and services, normative requirements, measures of the proper production practice.

УДК 379.834+641.568

Джурик Н. Р.

АВТЕНТИЧНІ СТРАВИ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ В РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЗАХІДНОГО РЕГІОNU УКРАЇНИ

Досліджено автентичні страви української кухні західного регіону, як невід'ємної складової сільського туризму, з метою популяризації кулінарного мистецтва та української культури.

Ключові слова: сільський зелений туризм, агротуризм, послуги, туристичний ринок, автентичні страви, обрядові страви.

Туризм є невід'ємною складовою сучасного життя. Найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму [3]. Цей вид туризму має досить давні традиції і сьогодні розвивається у більшості країн світу. За статистикою Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) темп зростання обсягів аграрного туризму оцінюється від 10–20 % у рік, а його частка в доходах від міжнародного туризму сягає 10–15 %. Аграрний туризм є одним з секторів туристичної індустрії, що найбільш динамічно зростає і входить в п'ятірку основних стратегічних напрямів розвитку туризму у світі [9].

Організація харчування — це інтегральна частина агротуризму. Туристи, які відвідують на короткий час чи перебувають певний період у сільському господарстві можуть споживати власну їжу, користуватися рестораном чи гастрономічними послугами агротуристичного господарства.

Становлення та формування національної української кухні наведено у роботах Артюх Л. Ф., Смоляр В. І., Кіросір Л. М., Титаренко В. П., Шпаковського Л. П. Білик Д. [1, 8, 5, 10, 7]. Рецепти найпоширеніших страв закарпатської кухні зібрані Мицько М. А. та багаті традиції галицької кухні відображені у книзі рецептів страв Дарії Цвек, яка сьогодні є бестселером [6, 11].

Метою дослідження є вивчення автентичних страв української кухні західного регіону України з метою їх популяризації та впровадження на вітчизняному туристичному ринку послуг.

Натуральні продукти, прості у приготуванні страви, випробувані рецепти, здорована їжа — такою є головна тенденція сучасного харчування у сільському туризмі.

Західні області України є найперспективнішими для організації сільського (зеленого) туризму [12].

До складу Західного регіону входять вісім областей (Львівська, Закарпатська, Чернівецька, Івано-Франківська, Тернопільська, Волинська, Рівненська, Хмельницька).

Найбільш популярний Карпатський регіон в таких областях, як: Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька, Львівська. Важливими для туристів в цьому регіоні під час зимового відпочинку є гірські лижі, можливість зустріти Новий рік і Різдвяni свята, а влітку — незвичайні ландшафти, гірська вода, чисте повітря, збирання грибів, ягід, походи в гори і відвідування унікальних дерев'яних церков. Найбільш відомі центри Зеленого туризму в західному регіоні — Яремче, Татарів, Ворохта, Верховина, Косів, Підзахаричі, Путила, Вижниця, Яблуниця, Ясиня, Рахів, Сколе, Славське, Косівщина Берегівський район Закарпаття, Жовківський район Львівської області, Шацькі озера та озеро Світязь на Волині [12].

Традиційно — матеріальна культура кожного народу має свій склад, разом з цим її типовий зміст включає: традиції, фольклор, народні промисли, які проявляються і в кулінарії. Гастрономічні звички, обрядові страви та напої, прийоми готовання їжі, способи їх подачі складалися в кожного народу протягом століть. Види та особливості націо-

нальних страв визначалися низкою чинників: природними ресурсами, матеріальним виробництвом (землеробство, тваринництво, різноманітними промислами), етнічними особливостями, які і виразилися у своєрідному складі страв та їх неповторному смаку. Історія формування кулінарних особливостей різних етносів складає десятки років, а іноді й століть. Сьогодні, в період активного розвитку сільського туризму дуже доречним є застосування кулінарних традицій в організації харчування туристів, адже кожному туристові цікаво познайомитися з національними та регіональними стравами місцевості у яку він прибув. Етнографічний принцип диференціації Карпатського району сприяв формуванню галицької, буковинської, лемківської, бойківської, гуцульської та закарпатської кухонь. Українська кухня західного регіону помітно відрізняється від східноукраїнської що зумовлено впливом турецької кухні на буковинську, угорської на гуцульську і російської на кухню Слобідської України.

Кухня західного регіону добре відома в усіх куточках України і за кордоном. Вона славиться борщем, пампушками, паляницями, галушками, варениками, салом, напоями з фруктів та меду.

Головними вихідними продуктами для приготування страв у західному регіоні є зернові, овочі, фрукти, молоко і м'ясо. Продукти, що виробляються у своєму господарстві, поповнюються у літньо-осінній сезон грибами, ягодами, горіхами, лікарською сировиною. Доповненням є також продукти рибальства, мисливства на диких кабанів, лосів, ведмедів, зайців і мед.

Особливістю автентичних страв є те, що їх готували з екологічно чистих продуктів, у печах на дровах, з використання певних видів і форм кухонного посуду, в основному керамічного, рідше чавунного і залізного.

Страви галицької кухні у селянських селах представлені стравами і виробами з пшениці, жита, ячменю, вівса, проса і гречки, картоплі, капусти, цибулі, часнику, брукви і ріпи. Селянська їжі відзначається простотою. З пшеничного і житнього борошна готують чир (на киплячу воду всипають жменю борошна) та лемішку (коли борошна додають більше), які споживають пісними, або з молоком, сметаною, тертим у окропі маком, олією; стиранку (галушки з борошна у не зціженій юшці), які поливають медом або мачанкою (розчиненою у молоці старою бринзою). У розжареній печі випікають паляници (тонкі кружки пшеничного тіста). Опиханий у ступі ячмінь — логазу варять з бобом, квасолею або горохом та готують крупу і голубці.

Із вівсяного борошна, розмеленого у млині або вдома на журнах вівса готують каші, голубці, печуть паляници, які поливають топленими маслом чи бринзою. На Святої вечір готують голубці з вівсяної крупи і квашеної капусти, які поливають конопляною, льняною чи гарбузовою олією. Квашену капусту запікають з вареним бобом. Варені біб, квасоля і горох використовуються також до страв замість хліба та приготування пирогів (вареників), заправлених сиром чи бринзою. Пироги готують також із свіжої капусти з дованням картоплі, бринзи і сиру.

Із сухофруктів вишні, яблук, груш та слив готують поливку (зварені сушені плоди заправляють пшеничним борошном) та печуть і варять пироги.

Відомими стравами з картоплі є мачанка (товчена картопля з молоком і бринзою), лініві пироги, печена терта картопля у печі на листі (тренники, книші, терчаники), або смажена на олії — терті пляцки, голубці («дерев'яні голубці»).

Важливе місце займають обрядові страви: кутя, калачі, паски, мед [7].

Бойки та лемки, народи котрі проживають у гірських районах і мають особливі кулінарні вподобання. Основними продуктами харчування є молочні продукти, сирі, картопля, овочі, лісові ягоди, гриби, баранина, свинина. За приправи вони використовують сіль, різноманітні трави та сало. У цих народів дуже багато страв з картоплі.

Традиційні страви гуцульської та бойківської кухонь — грибна юшка, налисники з лісовими ягодами, банош (готують з кукурудзяного борошна та сметані), кремзлики (деруни), кнедлі (страва з тіста, у борошно якого додається натертая картопля, і начинена свіжою сливовою) та запашний карпатський чай з лісових плодів і ягід.

Старовинна лемківська кухня відрізняється скромністю і складається з рослинних продуктів, борошняних виробів, картоплі, капусти, квасолі, різних каш та круп. Найбільш улюбленими стравами лемків є прісний хліб (оципля, осух), каші, готують їх з різних рослинних продуктів: борошна (мастило), проса (просяна каша), ячменю (панцики), кукурудзи (замішка), куляша, чир. Дуже популярні страви з тіста — галушки з сиром, бринзою, помазані маслом, салом (шкварками), пироги (вареники) з сиром, капустою, повидлом, сливами, грушами та узвари з сухофруктів, ягід чи гірських трав [12, 7].

З вареної картоплі готують грулі (варену картоплю підпікають на чавунній поверхні печі), з сирої тертої картоплі з додаванням борошна печуть бандурянки на свіжому капустяному або кленовому листі в печі де печуть хліб, з яєць яшницю (яєчню): яйця з борошном розколочують в молоці і смажать на маслі чи олії. Киселиця (суп), яку готують з вівсяного борошна, води та хлібного квасу є найголовнішою стравою у зимовий період і час посту.

До основних харчових продуктів лемків належать коров'яче та овече молоко і молочні продукти: масло, сир, бринза (бриндзя), сметана (верхнина) [7].

Закарпатська народна кулінарія є інтернаціональною та славиться старовинними і оригінальними стравами, різними кулінарними і кондитерськими виробами. Вона формувалася століттями під впливом не тільки природних, соціально-економічних, але й історичних чинників. Цьому сприяло переселення в різний час на територію краю угорців, турків, татар, німців, русинів, литовців, австрійців, чехів, а також тісне сусідство з чотирма державами — Польщею, Угорчиною, Словаччиною та Румунією. Кожна з національних меншин готує власні відмінні від інших страви і кулінарні вироби. Однак найсильнішим був і залишається вплив угорської кухні. Для страв закарпатської кухні характерним є використання «поприги» (меленої солодкої паприки (червоного перцю) для приготування більшості страв та свіжої зелені петрушки, кропу або селери).

Популярними угорськими стравами закарпатської кухні є боб-гуляш — гострий суп із квасолі, бограч, — це гостра густа суміш м'яса, паприки, грибів, цибулі, часнику та інших приправ приготована в казанку на відкритому вогнищі, перкельт, паприкаш, бограч-гуляш, керезет, лечо, рокот-крумплі, торгоня, лоці-печене, чірке-паприкаш, шертеш-шонкаш, сегединський гуляш, боб-левеш, голасле, шомлої-голушко, нокедлі, бундаш-кенір [7].

Відомі страви словацької кухні приготовані з борошна, зокрема страпачки, карбонатки, джадки, стиранка, бухти, часникова поливка, палачинки, смажений сир, як закуска до вина. Традиційні страпачки (галушки з сирої тертої картоплі, відварені у підсоленій воді з капустою) на сьогодні мають уже численну рецептуру: з твердим сиром, з посічененою ковбасою, з бринзою, з кропом та сметаною.

Найбільш характерні для чеської кухні страви — печена зі свинини, кнедлики (невеликі кульки з тіста, картоплі чи сиру), які подаються у вигляді гарніру до соковитого м'яса із соусом; капустяний суп із копченим м'ясом і ковбасою, кроповий соус, гусак з червоною капустою і з «дрбаками» (картопляні кнедлики з подрібненою вареної та сирої тертої картоплі, манної крупи), гомбовці з дріжджового тіста або з сиру [6, 7].

Гуцульська складова закарпатської кухні — це банош і бринза. Для баноша (бануша) потрібні свіжі вершки (або овеча сметана) і кукурудзяне борошно, а помішувати його треба лише дерев'яною ложкою. До баноша традиційно додають шкварки та

смажені гриби. Схожою на банош є мамалига (страва румунської кухні). Мамалига (токан) — кукурудзяна каша (італійці її називають полента, а угорці — пуліска) приготована на воді. До мамалиги подають гриби, бринзу, м'ясо, сметану, шкварки. Не менш відомими закарпатськими стравами є палачинти (пласкі млинці з прісного тіста з солодкою або не солодкою начинкою), кремзлики (деруни) з різними начинками (з м'ясним фаршем, тушкованими овочами, капустою, кабачками, грибами).

Для гурманів кулінарними шедеврами вважаються чорба (густий суп) — гаряча перша страва румунської кухні, яка подається із заправкою; токан (на сметані і вершках готовують кукурудзяну кашу, яку розсипають: шар готової каши — прошарок бринзи та шпондер, і знову каша і т. д.); приправлений бринзою, інгрошалу ку грібе (грибна мачанка), мамалига та гівеч, основу якого складають помідори, рис та спеції, які доповнюють кабачками, квасолею, баклажанами, морквою; м'ясний гівеч [6, 7].

Закарпатські страви єврейської кухні — кугл (запіканка), човлент (тушковане мясо з квасолею і перловою крупою) та страви з гусячого м'яса тістечко «Гаман»; німецької — старовинні рецепти яловичини та баранини по-швабськи, шовдарь (копчений свинячий окорок); польської — бігос, фляки, лазанки, қрупники [4, 6].

Туристи зеленого туризму можуть покушувати ці страви, подивитися, як виготовляє їх господиня, а також самому взяти участь у приготуванні. Це не тільки спосіб отримання послуги харчування, а й захоплююча програма для відпочиваючих.

Отже, знання давніх народних кулінарних традицій дозволить ефективно і раціонально їх використати в організації харчування туристів у сільських садибах. Автентичні страви, як невід'ємна складова сільського туризму сприятимуть поліпшенню якості харчування, популяризації кулінарного мистецтва та кулінарних надбань української кухні. Метою подальших досліджень є вивчення рецептурного складу автентичних страв української кухні та технологічних параметрів їх приготування.

Література

1. Артою Л. Ф. Українська народна кулінарія [Текст] : Історико-етнографічне дослідження / Л. Ф. Артою. — К : Наукова думка, 1977. — 155 с.
2. Все об українській кухні [Текст] : / Сост. Д. Бильк. — Донецьк: ПКФ «БАО», 2000. — 352 с.
1. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>.
4. Закарпатська кухня. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.uzhgorod.ws/zakpage-food-statja.htm>.
5. Кіросір Л. М. Традиційні українські страви [Текст] / Л. М. Кіросір, В. П. Титаренко. — Полтава : ПДПУ, 1999. — 120 с.
6. Мицько М. А. Закарпатська народна кухня [Текст] / М. А. Мицько. — Ужгород : Закарпаття, 1997. — 288 с.
7. Прохасько Т. Феномен галицької кухні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.gk-press.if.ua/node/4878>
8. Смоляр В. І. Формування і розвіт української кухні. З історії нутріціології [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Chem_Biol/Pkh/2008_1_2/str63.pdf.
9. Туристичні потоки в Україні за 2000–2011 pp. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/expres.htm>
10. Українська стародавня кухня [Текст] : довід. / укл. : Т. Л. Шпаковський. — К. : «Спалах» ЛТД, 1993. — 238 с.
11. Цвек Д. У будні і свята [Текст] / Дарія Цвек. — Львів : Каменяр, 1975.
12. Цегельник А. О. Етнічна кухня як чинник розвитку кулінарного туризму [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2012_2/24.pdf.

Джурик Н. Р.

АВТЕНТИЧНЫЕ КУШАНЬЯ УКРАИНСКОЙ КУХНИ В РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА ЗАПАДНОГО РЕГИОНА УКРАИНЫ

Исследовано аутентичные блюда украинской кухни западного региона, как неотъемлемой составляющей сельского туризма, с целью популяризации кулинарного искусства и украинской культуры.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, агротуризм, услуги, туристический рынок, аутентичные блюда, обрядовые блюда.

Dzhurik N. R.

AVTENTICHNI FOODS OF UKRAINIAN KITCHEN IN DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM OF WESTERN REGION OF UKRAINE

Investigated authentic foods of the Ukrainian kitchen western region, as an integral part of rural tourism, to promote the culinary arts and Ukrainian culture.

Key words: rural green tourism, tourism, services, tourist market, authentic foods, ceremonial foods.

УДК 642.3

Жолинська Г. М.

РАЦІОНАЛЬНЕ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ У ПОХОДІ

У статті подано рекомендації щодо організації раціонального харчування в походах та подорожах для збереження здоров'я і працездатності людини.

Ключові слова: туризм, туристичний похід, харчування, раціональне харчування, збалансоване харчування, продукти харчування, режим.

Актуальність теми полягає у тому, що туризм у нашій країні став масовим явищем, одним з найдоступніших і ефективних видів корисного відпочинку. Правильно підготований і добре проведений туристичний похід позитивно впливає на здоров'я, фізичний розвиток, укріплює і гартує організм.

Питання харчування туристів у різних видах походів, а також проблеми збалансованого харчування досліджуються у роботах І. А. Лисогора, Л. А. Толстого, В. В. Толстої, М. Б. Біржакова, А. В. Лебедєва, В. І. Нікіфорова, Р. А. Велемесева, А. А. Алексеєва.

Метою дослідження є обґрунтування важливості дотримання правильного і збалансованого харчування в туристичних походах.

У сучасних умовах великого значення набуває туризм для різних груп працездатного населення. Науково-технічний прогрес, механізація і автоматизація виробничих процесів скоротили сферу застосування важкої фізичної праці. У значній мірі нівелюється різниця між фізичною і розумовою працею; витрата енергії працівниками в основних видах промисловості є незначною. Організм людини опинився в умовах тривалої м'язової незавантаженості (гіпокінетичний стан), що викликає істотні порушення обміну речовин, зокрема холестеринового і особливо жирового обміну, розвиток надмірної ваги, серцево-судинні патології [1].

Тому, для збереження здоров'я сучасної людини, туризм з його значними фізичними навантаженнями є необхідним. Позитивний вплив туризму виявляється за умови неодмінного дотримання основних позицій раціонального харчування. Адже, правильно організоване харчування є одним з основних чинників, що визначають здоров'я людини, опірність його організму до несприятливих умов навколошнього середовища, витривалості і працездатності. Щоб дійсно отримати від туризму істотну користь, організаторам походу необхідно правильно організувати підготовку та харчування в поході.

Туристичні походи, як один з видів відпочинку, є різноманітними за видами, тривалістю та складністю. Але всі вони вимагають значних витрат енергії організму.

Туристичні походи є: пішохідні, гірські, велосипедні, водні тощо. Тому, підбираючи вид походу, подорожуючі повинні враховувати, що кожний з видів має свої характерні особливості. Наприклад, для водного походу потрібно мати спеціальне спорядження — байдарка, пліт, катамаран, човен, рятувальні жилети і тощо [2].

З усіх видів найпопулярнішими є пішохідний туристичний похід. Як і в інших видах подорожі, тут необхідно мати туристичне спорядження, а саме — рюкзак, спальний мішок, намет тощо, таке спорядження є доступніше для туристів.

Але, в будь-якому випадку, необхідно правильно підготуватися і провести туристичний похід так, щоб учасники цього заходу отримали максимум задоволення. Тому, важливим є складання продуктової розкладки і закупівля продуктів харчування.

Відомо, що їжа складається з комплексу хімічних речовин, здатних здійснювати найрізноманітніший вплив на організм. Головне призначення харчування полягає в підтримці біохімічної постійності внутрішнього середовища організму. Крім того, з їжею людина отримує енергію для життєдіяльності і роботи [3].

Рекомендації щодо харчування туристів повинні ґрунтуватися на принципах раціонального харчування.

Раціональним (збалансованим) називається таке харчування, яке забезпечує енергетичні, пластичні потреби організму при безперервному оновленні людського тіла, а також інші потреби організму в процесі життедіяльності.

Основні положення раціонального харчування викладені в теорії збалансованого харчування, розроблені відомим фахівцем у сфері науки про харчування академіком АМН СРСР А. А. Покровським. У теорії викладені сучасні уявлення про якісні і кількісні потреби людини в основних харчових речовинах, енергії і інших незамінних чинниках харчування.

Одним з основних положень теорії збалансованого харчування є принцип динамічної рівноваги між кількістю енергії, що поступає з їжею, і енерговитратами організму.

Туризм, як правило, супроводжується значими, іноді тривалими, фізичними навантаженнями. Наприклад, витрата енергії туристом за 8 год. руху складає приблизно 50–70 ккал на 1 кг маси тіла. Якщо людина важить 70 кг, вона витратить в середньому 4200 ккал, при вазі 60 кг — 3600 ккал. Калорійність харчування повинна відповідати цим витратам енергії.

Відповідно до норм збалансованого харчування, співвідношення білків, жирів та вуглеводів (основних енергетичних речовин) в добовому рационі людини, виражені у відсотках, за калорійністю: 13 : 30 : 57. В середній кліматичній зоні співвідношення основних речовин вважається оптимальним для дорослої людини. Умови харчування залежать від умов та місця існування. У середній кліматичній зоні добова норма їжі дорослої людини, при незначному фізичному навантаженні, повинна містити 80–100 г білків (у тому числі тваринних 50 г), 80–100 г жирів (у тому числі рослинних 20–25 г), 400–500 г вуглеводів (у тому числі крохмалю 400–450 г, цукру 50–100 г). Загальна калорійність харчового рациону повинна складати 2850 ккал [1].

Раціональне харчування неможливе без організації правильного режиму харчування, який передбачає дотримання часу прийому їжі, раціональний розподіл її за вагою, об'ємом і калорійністю.

Харчування туристів під час подорожі повинне компенсувати енергетичні затрати. Необхідно правильно підбирати продукти, які, окрім того, повинні містити оптимальну кількість білків, жирів, вуглеводів, вітамінів, мінеральних речовин, добре транспортуються, мати мінімальну масу, тривалий термін зберігання. Але, основна вимога вибору продуктів для походу є швидкість приготування з них різних страв [4].

В умовах походу режим харчування безпосередньо залежить від кількох чинників: особливостей маршруту, температури навколошнього середовища, наявності місця укриття від негоди та можливості розведення багаття, тривалості світлої частини доби тощо. Недосвідчені туристи не надають належного значення режиму харчування: їдять нерегулярно і, переважно, сухий пайок, часом не звертаючи уваги на підбір та якість продуктів. Цим вони не тільки знижують користь туристичних походів, але й завдають великої шкоди для здоров'я.

Вважається, що найбільш сприятливим для організму людини є чотирьохразове харчування, таким чином усуваються небажані зміни концентрації шкідливих речовин у крові, а режим дня у поході, зазвичай, передбачає триразове споживання їжі. Рекомендується споживати за масою: обід — близько 40 % денного рациону, сніданок — 35 %, вечірня — 25 %. При дворазовому гарячому харчуванні, наприклад, під час подорожі гірськими маршрутами: сніданок повинен складати 40 % добової норми калорійності рациону, вечірня — близько 35 %, а решта 25 % — для харчування на великому і малому

привалах. Зимові маршрути передбачають вищу калорійність харчування: необхідно збільшувати калорійність сніданку та вечері, обід повинен бути помірним. Однак, недопустимі довгі перерви між споживанням їжі [4].

Окрім того, необхідно брати до уваги кількість харчових продуктів та їхній асортимент, враховуючи їхню харчову та енергетичну цінність, надаючи перевагу свіжим і сушеним плодам і овочам, вівсяній, гречаній, пшоняній крупам, рибним і молочним консервам, житнім сухарям, галетам та зерновому хлібу [5].

Харчування у складних погодних умовах при багатоденних переходах і значних фізичних навантаженнях, перш за все, спрямоване на відновлення сил. Калорійність повинна задовольняти потреби в енергії, тобто відповідати добовим витратам енергії, а в якісному відношенні — відповідати фізіологічним нормам харчування.

Тому, при підготовці до походу необхідно здійснити розрахунок середньодобової витрати енергії, залежно від виду туристичного походу та ступеня його складності. Учасники складних подорожей піддаються значним фізичним навантаженням. Для поповнення витрачених сил доводиться брати з собою велику кількість продуктів, а це, звичайно, небажано при значній масі спорядження, палива та особистих речей. Тому, не знижуючи калорійності набору продуктів, потрібно подумати про те, як зменшити масу раціону.

У першу чергу, можна максимально скоротити в раціоні кількість продуктів, запакованих у металеву, а тим більше в скляну тару. Проте, основне — не зменшення маси продуктів при збереженні заданої калорійності, а правильний підбір продуктів за асортиментом, хімічним складом, дотриманням режиму харчування та водно-солівого режиму.

При виборі продуктів харчування для походу потрібно пам'ятати, що тільки різноманітність страв допоможе забезпечити повноцінне харчування, отримати з їжею необхідний асортимент поживних речовин [1].

У складних погодних умовах доцільно використовувати продукти, максимально готові до вживання, такі як харчові концентрати: вони не містять харчових відходів, мають мінімальний об'єм та масу, можуть зберігатися тривалий час (від 6 до 12 міс.). Ці продукти прості і доступні у використанні (необхідна інформація вказана на упаковці), навіть для тих туристів, що не мають кулінарних навиків.

Зменшити масу продуктів, не знижуючи їх калорійності, можна, використовуючи сублімовані продукти (це продукти висушенні в замороженому стані при глибокому вакуумі). Маса таких продуктів в 3–4 рази менша за масу початкової сировини, вони можуть зберігатися в запакованому вигляді тривалий час при плюсових температурах. Продукти сублімаційного сушіння (м'ясні, рибні, сирні, овочі та ягоди) без втрат поживних речовин та зовнішнього вигляду значно швидше і повніше відновлюють свої первинні властивості, ніж продукти звичайного сушіння.

Можна відзначити, що мета і завдання науки про раціональне харчування і такого активного відпочинку, як туризм, співпадають повністю: вони однаково сприяють збереженню здоров'я і працездатності людини протягом багатьох років життя.

Завдання, які повинні реалізуватися в туристичних походах — це завдання пізнавальні, виховні, спортивні і оздоровчі. Оздоровчий ефект туристичного походу, в першу чергу залежить від організації раціонального, збалансованого харчування. Успіх у вирішенні інших завдань теж значною мірою залежить від досконалості системи життєзабезпечення туристичної групи, у тому числі і харчування.

Література

1. *Лисогор І. А.* Харчування в туристському поході [Текст] : підруч. / І. А. Лисогор, Л. А. Толстой, В. В. Толста. — М. : Харчова промисловість, 1980. — 85 с.
2. *Біржаков М. Б.* Індустрія туризму [Текст] : підруч. / М. Б. Біржаков, А. В. Лебедєва, В. І. Нікіфоров, Р. А., Велемеєв. — К. : Знання, 2005. — 528 с.
3. Все про туризм [Електронний ресурс] : Туристична бібліотека. — Режим доступу : http://tourlib.net/statti_tourism/pohod.htm.
4. *Пангалов Б. П.* Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://pidruchniki.ws>.
5. *Собко А.* Формування харчових раціонів населення / А. Собко // Товари і ринки. — 2011. — № 2 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.nbuu.gov.ua>.

Жолинская Г. М.

РАЦІОНАЛЬНОЕ ПИТАНИЕ ТУРИСТОВ В ПОХОДЕ

В статье даны рекомендации по организации рационального питания в походах и путешествиях для сохранения здоровья и работоспособности человека

Ключевые слова: туризм, туристский поход, питание, рациональное питание, сбалансированное питание, продукты питания, режим

Zholinska G. M.

RATIONAL FEED OF TOURISTS IS IN HIKE

In the article recommendations are given from organization of rational feed in hikes and trips for saving of health and capacity of man

Keywords: tourism, walking tour, feed, rational feed, balanced feed, food stuffs, mode

УДК 641.56+666.9.04

Мацьків О. О., Іванов А. О.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ ПАРОКОНВЕКТОМАТІВ

Визначено, що при варінні за допомогою пари втрати поживних речовин у продуктах є найменшими, приготування страв в пароконвектоматах дозволяє застосовувати різні способи приготування продуктів і є одним з найкращих методів зберігання практично всіх поживних речовин в продуктах, які готовуються, а також, оптимальним обладнанням для ресторану чи кафе.

Ключові слова: дієтичне харчування, теплова обробка, конвекція, пароутворення, пароконвектомат, поживні речовини, здоров'я, економія.

Харчування людини — необхідне для існування, фізичного і духовного її розвитку, що забезпечує життя і діяльність людини в цілому. Саме здорове, раціональне харчування має важливе значення для повноцінного життя і праці людини, а зокрема, дієтичне харчування, яке сприяє поверненню хвої людини до нормального способу життя і діяльності. Відомо, що дієтичне харчування залежить не тільки від принципу максимальної збалансованості основних харчових речовин у добовому раціоні, а ще й від технології приготування дієтичних страв, тому пошук нових методів забезпечення максимального збереження усіх поживних речовин у приготованих стравах є актуальною проблемою.

Завданням роботи є пошук нових ефективних методів теплової обробки продуктів споживання з метою максимального збереження вітамінів та мінеральних речовин у приготованих стравах для забезпечення нормального функціонування організму людини та її здоров'я.

Наприкінці минулого сторіччя уявлення про значення дієтичного харчування у комплексній терапії багатьох захворювань значно змінилося у зв'язку з тим, що суттєво поглибилося розуміння цього методу лікування. Підґрунтам такої зміни стали досягнення нутриціології, яка інтенсивно розвивається. Доведено, що дефіцит у харчуванні макро- та мікронутрієнтів, мінорних нехарчових біологічно активних речовин має велике значення як у регуляції функцій окремих органів та систем, так і у зменшенні ризику виникнення ряду захворювань [1].

Дієтичне харчування — це спеціальне харчування хвої людини, що є обов'язковою частиною комплексного лікування. В одних випадках дієтичне харчування — це основний лікувальний засіб, в інших — необхідний, на фоні якого застосовують усі інші лікувальні заходи.

В основі дієтичного харчування є теорія збалансованого харчування. Згідно з цією теорією, нормальні життєдіяльність організму людини можлива за умов дотримання достатньо жорстких взаємовідношень між численними незамінними чинниками харчування.

Дієтичне харчування ґрунтуються на принципі максимальної збалансованості основних харчових речовин у добовому раціоні з урахуванням механізмів перебігу хвороби та стану ферментативних систем хвого. Лікувальна дія дієтичного харчування забезпечується:

- спеціальним підбором харчових продуктів;
- визначеними співвідношеннями між основними харчовими речовинами;
- відповідною технологією приготування дієтичних страв.

Наприклад, виключенням з діети окремих харчових продуктів можна значно знизити в ній вміст холестеролу, жирів, натрію, цукру, а відварюванням м'яса та риби — вміст пуринів та екстрактивних речовин [2].

Як бачимо, дієтичне харчування залежить ще й від технології приготування дієтичних страв, іншими словами — від методів теплової кулінарної обробки продуктів споживання.

Теплова обробка продуктів споживання спричиняє хімічні зміни в продуктах і підвищує засвоюваність їжі. Так, під час теплової обробки тваринні і рослинні білки денатуруються, крохмаль клейстеризується, продукти розм'якшуються, утворюються нові смакові речовини, які впливають на виділення травних соків і, отже, на підвищення засвоюваності їжі. Теплова обробка також знезаражує продукти, оскільки при високій температурі гинуть мікроорганізми, їх спори, руйнуються токсини. Але, одночасно з позитивною дією, вона спричиняє негативні зміни: руйнуються окремі поживні речовини, мінеральні солі, розчинні у воді вітаміни, звітряються ароматичні речовини, втрачається природний колір продуктів (зелень, буряк, м'ясо). Тому, під час теплової обробки продуктів слід застосовувати такий спосіб, при якому зменшився б негативний вплив і збільшувалася позитивна роль [3].

Одним із таких методів може бути приготування їжі у середовищі вологої насиченої пари — найбільш придатний спосіб для приготування овочів, риби і м'яса, при цьому втрата корисних речовин зводиться до мінімуму. Втрати вітамінів при різних видах теплової кулінарної обробки продуктів наведені у табл. 1 [4].

Таблиця 1
Втрати вітамінів при різних видах теплової обробки продуктів, (%)

Види продуктів	Варіння у великій кількості води	Смаження	Варіння за допомогою пари
Рослинні продукти	15–80	40–45	8–20
М'ясні продукти	15–60	15–45	15–20
Рибні продукти	30–90	10–60	10–20

Видно, що при варінні за допомогою пари втрати поживних речовин у продуктах є найменшими.

Варіння вологою насиченою парою полягає в конденсації пари на поверхні продукту й передачі продукту прихованої теплоти пароутворення. Продукт кладуть у спеціальну пароварильну шафу або на решітку (вкладиши), яку вставляють у посуд з водою так, щоб вода не досягала до нього. Кришку посуду (казана) щільно закривають, пара, яка утворюється під час кипіння води, нагріває продукти, одночасно перетворюючись на воду. Під час варіння парою краще зберігається форма продукту, зменшуються втрати поживних речовин.

Варіння продуктів парою може здійснюватися в парових камерах, оснащених автономним парогенератором. Сучасні підприємства ресторанного господарства мають парові камери двох типів: такі, що працюють при атмосферному тиску, з температурою пари в робочому об'ємі 105...107 °C і ті, що працюють при підвищенному тиску (до 200 кПа), з температурою пари в робочому об'ємі близько 120 °C. Тривалість варіння продуктів парою при атмосферному тиску приблизно на 50 % більша порівняно з варінням у воді. У парових камерах, що працюють при підвищених тисках, тривалість варіння продуктів така сама, як у воді [3].

Для цього виду теплової обробки використовують і конвекційні печі (конвектомати) — професійне теплове обладнання для приготування страв різного ступеня складності. Зокрема, заслуговують на увагу конвекційні печі з парогенератором (вода роз-

брізкується на вентилятор, розпорошується і потрапляє на нагрівальний елемент, перетворюючись на пару). Завдяки цій особливості конвекційні печі з парогенератором широко застосовуються у всіх закладах громадського харчування, від невеликих їдальнь до великих ресторанів. Вони можуть бути як з функцією ручного зволоження повітря, так і з парогенератором без контролю рівня вологості [5].

В конвекційній печі з ручним зволоженням, його здійснюють шляхом вприскування води в камеру натисканням кнопки на панелі, рівень вологості не регулюється.

В конвекційній печі з парогенератором без контролю вологості, процес зволоження робочої камери задається кухарем, який встановлює необхідне значення параметра вологості. При цьому автомат подає в робочу камеру певну кількість вологи, але не контролює реальний рівень вологості в камері.

Наявність функції парозволоження в конвектоматі може привести до помилкової асоціації конвектомата з пароконвектоматом. Насправді, пароконвектомат є конвекційною піччю з контролем вологості. І це не єдина відмінність. Пароконвектомат — це складніше і дорожче обладнання. Він був створений саме для того, щоб замінити кілька видів професійного технологічного устаткування: духову шафу, плиту, фритюрницю, конвекційну піч, харчоварильні котли, сковороду і т. д. Особливо важливою властивістю пароконвектоматів є здатність зберігати практично всі корисні речовини продукту, який готується. Пароконвектомати виконують до 70 % від загального числа всіх існуючих операцій теплової обробки і замінюють при цьому 40 % теплового обладнання. Циркуляція гарячого повітря і пари окремо або в комбінації дозволяє в пароконвектоматі застосовувати різні способи приготування продуктів: варіння на парі, обсмажування, випічка, запікання, тушкування, регенерація, пропускання [6].

Основними режимами роботи пароконвектомату є конвекція, приготування на парі і комбінований варіант приготування (одночасно використовується пара і гаряче повітря) [7].

Конвекція — це циркуляція гарячого повітря всередині робочої камери, що виникає під дією роботи вентилятора. Завдяки герметичності робочої камери повітря, яке циркулює, втягується вентилятором і знову проходить через тени. Завдяки цьому відбувається швидке нагрівання робочої камери пароконвектомату до потрібної температури. За цією схемою теплової обробки продуктів існує можливість зниження втрат до 30 %. Режим конвекції дозволяє приготувати майже всі традиційні страви звичайної печі (обсмажування продуктів, випічка піци, хліба). Апетитна хрустка скоринка, що утворюється під дією потоків гарячого повітря, запобігає витіканню м'ясного соку при приготуванні великих шматків м'яса.

Пароутворення. Пара в камері пароконвектомату може утворюватися за допомогою двох систем: бойлерної та інжекторної.

Бойлерна система пароконвектомату — найпоширеніша система пароутворення. Нагрівання води відбувається в парогенераторі, який розташований у внутрішній частині пароконвектомату. Бойлер — це колба, в якій знаходиться нагрівальний елемент. При швидкому закипанні і випаровуванні через спеціальний клапан пари надходить в робочу камеру. Режим пари (подача пари 100–103 °C) гарантує рівномірність приготування макаронних виробів, овочів, деяких м'ясних і рибних страв, морепродуктів. На відміну від традиційного занурення продукту в гарячу воду, приготування на парі дозволяє зберегти колір, консистенцію та смакові якості продукту, зводить до мінімуму втрати поживних речовин, вітамінів, мінеральних солей, зменшує втрати у вазі та економить електроенергію. Але бойлерна система передбачає декілька негативних моментів, серед яких утворення накипу. Крім того, її вартість дуже велика, тому світові виробники

розробили сучасну систему — інжекторних, які не втратили своїх основних функцій і стали дешевшими.

Інжекторна система пароконвектомату. Пара утворюється безпосередньо в робочій камері. У пароконвектоматі з інжекторної системою пароутворення, вода подається через невелику трубку до центру турбіни, яка обертається. Високошвидкісна турбіна диспергує вихровим потоком воду на дрібні частинки, які випаровуються на колоподібних тенах і наповнюють парою робочу камеру. За своїми характеристиками інжекторна система майже не відрізняється від бойлерної.

При роботі на комбінованому режимі, також як і в бойлерних пароконвектоматах, можна регулювати подачу пари. Комбінований режим (пара + конвекція) — те, для чого власне і створювався пароконвектомат. Гаряче і вологе повітря в робочій камері запобігає висиханню їжі, скорочує втрати ваги (до 50 % в порівнянні з традиційними методами), забезпечує рівномірність прогрівання. Це, відповідно, дозволяє скоротити час приготування деяких традиційних страв, що вимагають численних маніпуляцій.

За останнє десятиліття пароконвекційні печі зробили переворот на українських ринках технологічного устаткування підприємств громадського харчування. У той же час, слід зазначити, що європейці познайомилися з ними ще на початку 70-х років минулого століття. Саме тоді фахівцями провідних європейських фірм-виробників обладнання були створені апарати, які поєднували в собі пароварильний апарат і конвекційну духовку. Перші конвектомати були представлені на виставці у Франкфурті-на-Майні німецькою компанією «Rational» в 1976 році і відразу зацікавили кулінарів багатьох країн світу.

На вітчизняному ринку є велика кількість пропозицій пароконвектоматів. Головний і основний критерій, за яким можна відрізняти пароконвектомат від конвектомата — наявність у першого (і, відповідно, відсутність у другого) перемикача режимів роботи. У найпростіших пароконвектоматах обов'язкова наявність трьох режимів роботи: «пара», «конвекція», «пароконвекція».

Використання пароконвектомату не обмежується тільки приготуванням їжі. Сучасні моделі мають низку додаткових функцій: «регенерація», «ощадний режим» [8].

Режим «регенерації» (60–98 °C) призначений для розморожування, підігріву та підтримки температури продукту і необхідний, якщо в ресторані використовують установку шокової заморозки. Цей режим дозволяє обережно, без втрати якості та погіршення властивостей продукту, розігрівати раніше приготовлені і охолоджені страви. Застосовується також для приготування продуктів у вакуумній упаковці, що дозволяє уникнути розвитку бактеріальної мікрофлори, а також небажаної зміни смаку, запаху і консистенції продукту.

«Ощадний режим» — це обробка продуктів при зниженні температурі пари (30–99 °C). Дозволяє готувати ніжні страви — морепродукти, десерти. Цей режим також використовується для пастеризації, консервації, розморожування, бланшування.

Автоматичні програмовані цикли приготування, зберігання і регенерації їжі дозволяють значно скоротити витрати праці. Це дає можливість підготувати продукти до певної години наступного дня, вибравши потрібну програму. Використання в пароконвектоматі температурного датчика-щупа (голки), зануреного в підготовлений продукт, забезпечує особливу точність обробки.

Розвиток систем автоматизованих напівпровідникових технологій привів до того, що індустріальним стандартом в останні роки вважається апарат з прямим вприскуванням, що особливо ефективно в моделях з місткістю від 4 до 10 гастроемкостей. Пароконвектомати з прямим вприскуванням води не вимагають додаткових витрат на очищення бойлера від накипу, але при використанні системи турбін в прямому впорскуванні також потрібно встановлювати у водопровідну систему фільтр-пом'якшувач води.

В деякій мірі вартість пароконвектомату залежить від виду використовуваного в його конструкції контролера. Контролер — це електронний блок управління алгоритмами роботи пароконвектомату і панель управління, за допомогою якої здійснюється управління апаратом.

Крім двох-трьох десятків додаткових функцій, в контролерах таких пароконвектоматів присутній блок програмування, що дозволяє як викликати з пам'яті кулінарні програми, заздалегідь введені в пам'ять апарату, так і створювати і записувати власні рецепти приготування страв.

Найпопулярнішими серед пароконвекційних печей є пароконвектомат Rational (рис. 1) і пароконвектомат Unox (рис. 2).



Рис. 1. Модельний ряд пароконвектоматів RATIONAL лінії CombiMaster



Рис. 2. Модельний ряд пароконвектоматів UNOX лінії ChefTop

У модельний ряд пароконвектоматів RATIONAL входять наступні моделі, показані на малюнку вище зліва направо: CombiMaster 61, CombiMaster 62, CombiMaster 101, CombiMaster 102, CombiMaster 201, CombiMaster 202.

CombiMaster (CM) — найпростіша лінія пароконвектоматів RATIONAL, яка має всього 5 режимів роботи: приготування на парі (+1000 °C), сухий жар (+30–+3000 °C), комбінований режим (+30–+3000 °C), низькотемпературна пара (+30–+990 °C), регенерація приготованих страв. Пароконвектомати RATIONAL лінії SelfCooking Center SelfCooking Center (SCC) — найдосконаліші пароконвекційні печі у світі. Апарат сам задає і контролює процес приготування, ґрунтуючись тільки на вибраному продукті і його ступені готовності. Навіть при завантажуванні найрізноманітніших продуктів, не відбувається змішування смаку і запаху, зберігаються вітаміни, мінерали та поживні речовини [9].

Новий модельний ряд пароконвектоматів UNOX лінії ChefTop (рис. 2) розроблений з урахуванням сучасних вимог до кухонного обладнання для ресторанів і кафе, яке постійно розвивається. Створена лінія нових пароконвектоматів різного розміру

та потужності, здатних працювати в будь-якому сегменті ринку громадського харчування: ресторани, кафе, готелі, фаст-фуди, бари, піцерії.

Пароконвектомати лінії ChefTop компанії UNOX випускаються з розмірами GN 1/1, GN 2/1, GN 2/3 (з різними рівнями завантаження), настільні та підлогові, в газовому та електричному виконанні і характеризуються різними функціями [10].

Можливості сучасних пароконвектоматів безмежні. Особливість пароконвектоматів у тому, що в процесі приготування вони зберігають практично всі поживні речовини в продуктах, які готуються, що є необхідною умовою для організації дієтичного та лікувально-профілактичного харчування.

Пароконвектомат (пароконвекційна піч) — це серце професійної кухні, оптимальне обладнання для ресторану чи кафе: забезпечення здорового способу харчування з економією у часі приготування, економія електроенергії, економія виробничих площ за рахунок поєднання кількох видів теплової обробки, використовуючи при цьому одну робочу камеру, а також різноманітність у меню і більше вільного часу для творчих пошуків шеф-кухаря.

Отже, для забезпечення нормального функціонування організму людини та її здоров'я, велике значення має якість харчування, яка базується як на використанні натуральних продуктів, так і на правильній технології їх приготування, яка у повній мірі забезпечувала б збереження вітамінів та мінеральних речовин у приготованих стравах. Тому, розвиток науки про здорове харчування на сьогоднішній день стає дедалі актуальним і отримує все ширше впровадження на теренах нашої держави, оскільки здоров'я нації є запорукою її національної безпеки.

Література

1. Ципріян В. І. Дієтичне харчування [Текст] : Минуле, сучасне, майбутнє. / В. І. Ципріян. — Український медичний вісник, 2006. — № 10. — 232 с. — ISBN 978-966-2332-01-8.
2. Волошин О. І. Основи нутріціології [Текст] : навч. посіб. / О. І. Волошин, О. В. Піщаک, І. В. Окіпняк, О. І. Славський. — Чернівці : Букрець, 2007. — 280 с. — ISBN 978-966-399-085-9.
3. Архіпов В. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані [Текст] : навч. посіб. / В. В. Архіпов, Т. В. Іванникова, А. В. Архіпова; М-во освіти і науки України. — К. : Фірма «ІНКОС», Центр навчальної літератури, 2007. — 382 с. — ISBN 966-8347-48-X.
4. Права рука господині, або вчимося готувати в пароварці [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.versal-online.com.ua/index.php/2009-06-21-15-29-53/2009-06-24-15-24-58/387-2010-03-01>.
5. Пароконвектоматы, оборудование для ресторанов и кафе [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://portalhoreca.ru/>.
6. Обладнання для ресторанів, магазинів. Пароконвекційні печі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://www.merx.ua/ukraine/katalog/obladnannia_restoran_magazin/paro-konvekcz_pechi/.
7. Всё о пароконвектоматах [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.parokonvektomat.com.ua/>.
8. Устройство и принцип работы пароконвектомата, конвекционной печи [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://www.parokonvekt.ru/9.ustroystvo_i_princyp_raboty_parokonvektomata_konvekcionnoy_pechi.html.
9. Пароконвектоматы Rational [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.parokonvektomat.com.ua/parokonvektomaty-rational.html>.
10. Кухонное оборудование для ресторанов, кафе. Ресторанное оборудование [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.unox.com.ua/oborudovanie-dlya-restorana.html>.

Мацків Е. А., Іванов А. А.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАРОКОНВЕКТОМАТОВ

Определено, что при варке с помощью пара, потери питательных веществ в продуктах являются наименьшими, приготовления блюд в пароконвекоматах позволяет применять различные способы приготовления продуктов и является одним из лучших методов хранения практически всех питательных веществ в продуктах, которые готовятся, а также оптимальным оборудованием для ресторана или кафе.

Ключевые слова: диетическое питание, тепловая обработка, конвекция, парообразование, пароконвектомат, питательные вещества, здоровье, экономия.

Matskiv O. O., Ivanov A. O.

ENSURING HEALTHY FOOD USING STEAMERS

Determined that when cooking with steam, the loss of nutrients in food are the lowest, cooking in parokonvektomatah allows for different ways of cooking and is one of the best methods of storing almost all nutrients in foods that are prepared, as well as suitable equipment for restaurant or cafe.

Keywords: diet, cooking, convection, evaporation, steamers, nutrients, health, economy.

Розділ б.
КРАЕЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

УДК 338.483.11 (477.83)

Бомба М. Я.

**УНІКАЛЬНІСТЬ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ ЖОВКІВКІВЩИНИ
ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ РЕГІОНУ**

У статті проведено системний аналіз дослідження вітчизняних учених у баченні автора стосовно розвитку і поширення фауни і флори на теренах Жовківщини з перспективою застосування природних ресурсів цього унікального краю для розвитку різних видів туристичної діяльності.

Ключові слова: природні ресурси, фауна і флора, туристична діяльність, Жовківщина.

Жовківщина займає найвигідніше географічне положення і розташована на північному заході Львівської області за 24 км від обласного центру м. Львова і за 599 км від столиці України м. Києва. Віддаль до Українських Карпат становить біля 110–120 км, а до Балтійського і Чорного морів відповідно 650 і 599 км, що має певний вплив на формування клімату в цьому регіоні.

Географічно Жовківський район розташований на північному заході Львівської області і межує: на північному заході зі Сокальським районом, на сході — Кам'янко-Бузьким районом, на півдні — Пустомитівським районом і м. Львовом, на південному заході — Яворівським районом, на північному заході і заході — Республікою Польща. Протяжність кордону з Польщею на цьому відрізку території становить 22 км.

Через територію району проходять транспортні шляхи, що мають міжнародне, державне та обласне значення і є містком сполучення України з Польщею та іншими країнами Європейської спільноти.

Площа Жовківського району становить 1294 км², за розмірами він посідає четверте місце у Львівській області. Чисельність населення становить понад 110 тис. чоловік. В районі нараховується 165 населених пунктів, в тому числі три міста: Жовква, Рава-Руська, Дубляни. Район займає одне із провідних місць у Львівській області за наявністю рекреаційних ресурсів, які в основному представлені водними та лісовими багатствами природи.

Фізико-географічне положення в середніх широтах зони Західного Лісостепу і так званого Малого Полісся, визначають мозаїчність та унікальність природних ландшафтів цього благодатного краю. Завдяки вигідному географічному розташуванню на межі різних природних територій Жовківщини розташоване заліснене горбогірне пасмо Розточчя, рівнинне Мале Полісся та горбисте пасмо Грядове Побужжя. Тут межа природних територій співпадає з важливими межами Європи: геологічною, кліматичною, і межами ареалів поширення рослин і тварин. Через Розточчя проходить Головний Європейський вододіл.

Тут також збережено народні традиції, звичаї, старовинні ремесла та обряди, знаходиться багато історико-архітектурних та археологічних пам'яток, є музей, що створює великі перспективи для розвитку туристичного бізнесу.

Необхідно зауважити, що на сьогодні в контексті дослідження фауни і флорив Розточчя зроблено чимало, що підтверджують у наукових працях учені Загульський М. М., Кучинська І. В., Гузій А. І., Любінець І. П., Стельмах С. М. Сорока М. І., Горбань М., Татаринов К. А. та ін.

Метою досліджень було дослідження природних ресурсів Жовківщини щодо подальшого їх використання для розвитку туристичної діяльності в регіоні — першочергово, таких напрямків туризму як екологічний, зелений, сільський тощо.

Мале Полісся у Жовківському районі — це досить значна частина пониженої території долини річки Рата та її правих приток Мощенки, Білої, Дерев'янки, Свині, Желдця, заповнені піщаними товщами під якими залягають мергелі. Поверхня Малого Полісся, в порівнянні з сусідніми височинами, вирівняна, слабко розчленована. Абсолютні позначки її становлять 200–240 м, досягаючи лише у підніжжя уступів і на окремих ділянках межиріч 250 м і більше. Відносні висоти коливаються в межах 10–30 м. У будові сучасного рельєфу беруть участь в основному крейдово-мергельні породи верхньої крейди, покриті антропогеновими континентальними утвореннями різних генетичних типів. Товща антропогенових відкладів, за винятком річкових долин, незначна, а на межиріччях вони часто відсутні майже повністю і крейдові відклади тут виходять безпосередньо на денну поверхню. У пісках трапляються валуни маленьких розмірів — північного походження, відкладені талими водами, що випливали від краю льодовика, який покривав прилеглі висоти Розточчя.

Малим воно називається через те, що віддалене від решти Полісся, яке займає північну територію України.

Загалом клімат Малого Полісся має риси атлантико-континентального типу характерні для всієї західної частини України. Проте окремі особливості кліматичних та агрокліматичних умов виокремлюють його серед прилеглих територій. Опадів в середньому за рік випадає у цій зоні на 20–60 інколи й більше мм, ніж у грудовому Побужжі і Розточчі. Зими в межах Малого Полісся порівняно з прилеглими територіями м'якші. Середні температура січня становить — 4,0 (Броди — 4,30, Буськ — 3,90) тоді як на Подільській височині (м. Тернопіль) — 5,50, Волинській (м. Дубно) — 4,90 і Розточчі — 4,1 що зумовлено меншими абсолютними висотами. У Малому Поліссі раніше починаються осінні й пізніше закінчуються весняні заморозки, проте суми активних температур тут більші ніж на прилеглих територіях. Тривалість безморозного періоду в Малому Поліссі на 10–12 днів менша (в середньому 140 днів), ніж на суміжних височинах (150–160 днів).

Річкова мережа Малого Полісся розгалужена й щільна — 0,5 км/км², що зумовлено не лише значною кількістю опадів, але й наявністю водонепроникного шару глинистої кори, а також несприятливим стоком вод з незначної території.

Грунтовий покрив Малого Полісся своєрідний і строкатий. Переважають в основному дерново-підзолисті, лучні й болотні ґрунти. Найбільше поширені дерново-слабко-підзолисті оглеєні ґрунти, які займають плоскі пониженні слабкодреновані міжрічкові долини. Весною та восени вони надмірно зволожені, слабо- або середньо-кислі. Вміст гумусу у них близько 1,7–1,9 %.

Здавна тут селяни вирощували жито, овес, картоплю, льон, овочі, займалися тваринництвом, бджільництвом, рибництвом, розвивали переробні галузі та ін.

Грядове Побужжя є відносно низинною областью, обмеженою досить урвищим уступом від Розточчя, Львівського плато і Опілля. Воно має полого хвилясту поверхню з характерними довгими грядами, які відходять від Розточчя і простягаються у субширотному напрямку на схід. Таких гряд у Жовківському районі виділяють виділяють чотири:

-
- Смереківська
 - Куликівська (Дорошівська)
 - Грядецька
 - Малехівська (Дублянська)

Гряди проходять паралельно одна одній, ширина їх сягає декількох км., при висоті над рівнем долини 40–50 м. Між грядами по широких вирівняніх заболочених долинах протікають невеличкі річки і струмки. Ширина долин (1–3 км) аж ніяк не співрозмірна сучасним, дуже незначним водотокам. З огляду на це значна когорта дослідників роблять висновок про постгляціальну природу цих долин, коли талі льодовикові води преливалися через низькі місця у вододілі Розточчя до басейну Західного Бугу. Зокрема, польський геолог Ян Новак пояснював прямолінійні обриси гряд причинами тектонічного характеру. У підошві гряд залягають верхньокрейдені породи. Іноді вони відслоняються на поверхні гряд (Куликівська гряда, на північний схід від Куликова). Але, як правило, на розмитій поверхні маастрихтських мергелів залягають четвертинні суглинки і супіски, які подекуди мають потужність більше 10 м.

Смереківська, Куликівська, Грядецька та Малехівська гряди Побужжя мають широтне простягання, хвилясту поверхню, пологі схили, сірі опідзолені та чорноземні ґрунти. Гряди безлісі, розділені плоскими, заболоченими долинами.

Смереківська гряда починається на заході села Смереків і від Розточчя відокремлюється широкою долиною. Протяжність її із заходу на схід 25 км. Абсолютна висота гряди близько 300 м, відносна — 40 м, а біля Розточчя — до 100 м. В напрямку на схід гряда поступово переходить у рівнину, а на півночі гряда полого опускається до долини річки Дулени.

Куликівська гряда за протяжністю є найдовшою і починається від Розточчя і закінчується у гирлі річки Думка, яка впадає у річку Полтву. У Куликівському ландшафті широтні долини дуже широкі (не співрозмірні з сучасними потічками, що течуть у цих долинах), оскільки були розроблені потоками талих льодовикових вод. Довжина цієї гряди становить 40 км, ширина — 5 км. Окремі абсолютні висоти досягають близько 300 м, а найвища точка — Червоний Камінь має висоту 344 м.

Грядецька гряда є найменшою за своїми розмірами і починається біля села Гамулець. Гряда зливається із Дорошівською, а між ними знаходитьться долина річки Млинівки. Протяжність гряди біля 14 км, ширина її біля села Гряди 1 км, а біля села Ситихів — 0,5 км.

Малехівська гряда має протяжність 33 км, її абсолютна висота сягає біля Розточчя до 300 м. Від розточчя вона поступово на схід знижується в східному напрямі і далі переходить і рівнину, біля міста Дубляни висота її становить 275 м. Дальше на південь гряда опускається в широку долину, якою тече річка Полтва.

Середньорічна температура у Грядовому Побужжі майже така ж як у Малому Поліссі ($7,5^{\circ}$), а сума опадів коливається у межах 650–670 мм. Переважають тут західні вітри, вітри зі сходи приносять грозові дощі, інколи вони супроводжуються випаданням граду, що завдає значної шкоди природним і штучним екосистемам, особливо, сільському господарству.

Особливу цінність представляє мальовничий ландшафт Розточчя — підвищене горбисте пасмо (100–150 м) довжиною 180 км, що простягається територією України на відтинку від м. Львова до кордону з Польщею на протязі 75 км, та очаровує багатством і різноманітністю природи. Найбільша висота — гора Крукова Гора, абсолютна висота якої 393 м, знаходиться в околиці села Фійна, гора Гарай; знаходиться на південній захід від міста Жовкви, її висота — 368 м; біля села Малих Грибових

знаходиться Чорна гора, що має висоту біля 386 м; між селами Глинське і Нова Скварява Вовча гора (355 м); гора Чорна (355м), на західній частині села Мокротина; на південь від Рави Руської піднялася гора Вовковиця, а в околицях села Замок — Камінна гора. Гірські підвищення Розточчя багаті на біорозмаїття фауни і флори і приваблюють любителів природи, дослідників і туристів.

З їх схилів стікають річки Біла, Кривуля, Мощенка, Свиня та ін., що несуть свої води до Західного Бугу. Долини річок у багатьох місцях є заболоченими, характеризуються притаманною тільки болотній місцевості рослинністю та орнітофаяною.

У весняно-літні місяці у Розточчі прохолодніше, середньорічна температура становить 6,7–6,9°, а кількість опадів понад 700 мм за рік. Умови надзвичайно сприятливими для розвитку ягідництва і садівництва, у тваринництві — скотарства. У лісах є також достатньо малини, ожини, грибів, лікарських рослин, а ще екологічно чиста вода, що завжди приваблювали міського жителя, особливо зараз, коли технократія, крок за кроком, поглинає екологічно чисті місця.

Флора і рослинність. Розмаїття рослинного світу даного регіону визначається природними умовами Розточчя, і в першу чергу, його пограничним розташуванням, що сприяє обміну флористичним і фауністичним матеріалом з Малим Поліссям і Карпатами. Територією регіону проходять межі ареалів важливих видів-едифікаторів (сосни звичайної, бук лісового, ялини європейської, ялиці білої), які, змішуючись, формують тут унікальні типи лісу [5]. Така ситуація не могла не позначитись на структурі тваринного світу. Вслід за рослинними елементами на Розточчя проникла значна кількість видів тварин різних лісорослинних поясів в горах і зон на рівнині [3]. Суттєвий вплив на флористичне та фауністичне різноманіття регіону мали антропогенні трансформації, що обумовлені розвитком сільського і лісового господарства, меліорація та ін.

Як зазначає Сорока М. І. [6], флора судинних рослин Українського Розточчя налічує близько 1344 видів, з них до Червоної книги України занесено 60 видів. У Розточчі панують букові, сосново-букові і сосново-дубові (північно-східній частині) ліси. До дуба й сосни домішуються такі породи як граб, липа, клен, береза, осика, дика черешня, вільха. У нижчих ярусах розміщується ліщина, калина, терен, крушина, шипшина, малина, ожина. Чисті породи бука зустрічаються лише на найвищих підвищеннях, захищених від вітру місцях.

Для Грядового Побужжя характерними є грабово-дубові ліси, в Малому Поліссі переважають соснові угрупування, а в місцях добре зволожених — вільхові.

На території Розточчя зустрічається широкий спектр рідкісних видів судинних рослин, що занесені до Червоної книги. Серед них баранець звичайний (*Huperzia selago* (L.) Bernh. ex Schrank et Mart. — *Huperziaceae*), білоцвіт весняний (*Leucojum vernum* L. — *Amaryllidaceae*), булатка великохвіткова (*Cephalanthera damasonium* (Mill.) Druce *Orchi-daceae*, булатка довголиста (*Cephalanthera longifolia* (L.) Fritsch — *Orchidaceae*, гніздівка звичайна (*Neottia nidus-avis* (L.) Rich. — *Orchidaceae*, зозулині слізози яйцевидні (*Listera ovata* (L.) R. Br. — *Orchidaceae*), коручка широколиста (*Epipactis helleborine* (L.) Crantz. *Orchidaceae*), лілія лісова (*Lilium martagon* L — *Liliaceae*), любка дволиста (*Platanthera bifolia* (L.) Rich. — *Orchidaceae*, любка зелено квіткова (*Platanthera chlorantha* (Cust.) Reichenb. — *Orchidaceae*), пальчатокорінник травневий (*Dactylorhiza majalis* (Reichenb.) P. F. Hunt et Summerhayes — *Orchidaceae*, пальчатокорінник плямистий (*Dactylorhiza maculata* (L.) Soo — *Orchidaceae*), підсніжник білосніжний (*Galanthus nivalis* L. — *Amaryllidaceae*), плаун річний (*Lycopodium annotinum* L. — *Lycopodiaceae*), сальвінія плаваюча (*Salvinia natans* (L.). — *Salviniaceae* [4, 5].

Рідкісними у регіоні Розточчя, що переважно знаходяться на межі ареалів, за даними науковців Яворівського НПП [5], необхідно виділити аконіт волотистий (*Aconi-*

tum paniculatum Lam.), аконіт молдавський (*Aconithum moldavicum* Насq.), багаторядник шипуватий (*Polystichum aculeatum* (L.) Roth), барвінок малий (*Vinca minor* L.), береза пухнаста (*Betula pubescens* Ehrh.), верес звичайний (*Calluna vulgaris* L.), вільха сіра (*Alnus incana* (L.) Moench), віхалка гіляста (*Anthericum ramosum* L.), дуб скельний (*Quercus petraea* (Mattuschka) Liebl.), живокіст серцелистий (*Symphytum cordatum* Waldst. et Kit. ex Willd.), купина кільчаста (*Polygonatum verticillatum* (L.) All.), листовик сколопендровий (*Phyllitis scolopendrium* (L.) Newm.), підмаренник польський (*Galium polonicum* B?ocki), плющ звичайний (*Hedera helix* L.), фегоптеріс з'єднуючий (*Phegopteris connectilis* (Michx.) Watt), цибуля гірська (*Allium montanum* F.W. Schmidt), чорниця (*Vaccinium myrtillus* L.), ялиця біла (*Abies alba* Mill.), ялина європейська (*Picea abies* (L.) H. Karst.), ялівець звичайний (*Juniperus communis* L.).

Трав'яна рослинність лук і сіножатей представлена широким біорозмаїттям злакових і бобових трав. На природних луках поширені угруповання грязіці збірної (*Dactyleta glomeratae*), кунічника наземного (*Calamagrostideta epigeioris*), молінії голубої (*Molinietta coeruleae*), щучки дернистої (*Deschampsia caespitosae*), костриці лучної (*Festuceta pratensis*), костриці овечої (*Festuceta ovinae*), костриці червоної (*Festuceta rubrae*), тимофіївки лучної (*Phleeta pratensis*), тонконога однорічного (*Poeta anuis*), пахучої трави звичайної (*Anthoxantheta odorati*), полину австрійського (*Atremisieta austriacae*) та інші. Прибережно-водна та водна рослинність пошиrena у річках, каналах і ставах. Вона представлена угрупованнями очерету звичайного (*Phragmiteta australis*), осоки трясучковидної (*Carex brizoides* Juslen) лепешняку плаваючого (*Glyceria fluitans* L.), лепешняку великого (*Glyceria maxima*), рогозу широколистого (*Thypheata latifoliae*), куги озерної (*Schoenoplecteta lacustris*), елодеї канадської (*Elodeeta canadensis*), ряски малої (*Lemneta minoris*), невеликі фрагменти формацій (*Hydrochareta morsus-ranae*) та сальвінії плаваючої (*Salvineta natantis*).

Болота зустрічаються майже на всій території Жовківщини. Проте найбільше заболоченою є територія малого Полісся. На утворення і розвиток боліт тут дуже впливає незначна розчленованість території та висока її зваженість. Переважно усі болота є низинними і мають осоко-гіпнове або злаково-осоко-гіпнове походження. Подекуди трапляються сфагнові болота з чорницею і журавлиною, у чагарниковому ярусі.

Жовківський край, особливо його перлина Розточчя, має широку палітру корисних рослин, що є сировиною для створення продуктів з оздоровчого харчування, лікарських препаратів, медоносів тощо.

Дерев'янисті породи лікарських рослин, крім сосни звичайної, тут можуть бути представлені ялина європейською, або ялицею білою, дубом звичайним та скельним, березою повислою, липою серцелистою й широколистою, грабом звичайним, кленом гостролистим, сировину з яких застосовують у народній медицині.

До чагарників рослин лікарського та оздоровчого використання належить горобина звичайна, черемха звичайна, бузина чорна, калина звичайна, вовчі ягоди звичайні, чорниця, бруслина бородавчаста, ліщина звичайна, дерен або кизил справжній, малина звичайна, шипшина собача, терен колючий, ожина шорстка.

На галівинах та узліссях з лікарських рослин зростає шипшина собача, чистотіл великий, глуха кропива біла, подорожник звичайний, підбіл звичайний, живокіст лікарський, брусиця звичайна.

Надґрунтова вкриття добре розвинене і різноманітне за своїм складом, поряд з типовими представниками суборів (суниці лісові, брусиця звичайна, перстач білий, чорниця звичайна) тут можуть зростати копитняк європейський, медунка темна та ін. Серед, здебільшого лікарського, різнотрав'я тут найбільше порені ромашка лікарська, конвалія звичайна і травнева, кропива дводомна і глуха, звіробій звичайний, підбіл

звичайний, звіробій звичайний, чина звичайна, первоцвіт весняний, горлянка повзуча, квасениця звичайна, суниця лісова, ряст бульбастий, гірчак перцевий або водяний пе-рець, фіалка триколірна, барвінок малий, чебрець звичайний, буквиця лікарська, медунка темна і лікарська. Принагідно зауважити, що значна кількість лікарських рослин, крім цього, застосовується у харчуванні, промисловості та сільському господарстві.

Поряд з корисними властивостями рослинного біорозмаїття багато рослин є потенційно небезпечними і нині це доведено науковою медициною. Серед багатьох рослин, що мають подразнюючу, алергічну і навіть токсичну дію, почали поширюватися такі рослини як амброзія полінолистна, блекота чорна, вороняче око, жовтець їдкий, борщівник Сосновського та ін. Отож, перш ніж зірвати рослину, необхідно переконатися, чим може бути корисною вона людині, порадитись з фахівцями, ретельно дотримуватись рецепту приготування лікарських препаратів з рослин, оскільки їх незнання або передозування впродовж лікування чи профілактично-оздоровчих заходів може привести до небажаних наслідків.

Серед медоносних рослин поширеними тут є липа широколиста і серцелиста, акація біла, дерен або кизил справжній, терен колючий, ожина шорстка, малина звичайна, буквиця лікарська, верес звичайний, люцерна жовта, Іван-чай, деревій звичайний, чебрець звичайний, вовчі ягоди, чорниця звичайна, чебрець звичайний, медунка темна і лікарська та інші.

Необхідно зауважити, що біорозмаїття рослинного світу з роками змінюється, що обумовлено як природними, так й антропогенними чинниками. Такий стан вимагає введення дієвого механізму з контролювання чисельності рідкісних видів рослин, а при потребі навіть і введення заборони на їх збір. До рослин, які заборонено збирати на теренах Жовківщини, належать: білоцвіт весняний, підсніжник звичайний, крокус Гейфеля, вовчі ягоди паухучі, баранець звичайний (плавун-баранець), росичка проміжна, зозулині слізози серце листі, любка дволиста, меч-трава болотна, схенус іржавий.

Фауна та її розмаїття. Фауна Жовківщини представлена широкою палітою різних видів риб, земноводних, птахів, плазунів і ссавців, чисельність яких є досить мінливою, що залежить від ґрунтово-кліматичних умов, рівня ведення сільського і лісового господарства, забезпеченості харчовими ресурсами, стану водних ресурсів та рівня розвитку туризму — першочергово, зеленого, екологічного та сільського.

Водойми району заселяють такі види риб як карась сріблястий (*Carassius auratus*), в'юн (*Misgurnus*), пічкур звичайний, піскарь, ковбель, ковблик, коблик (*Gobio gobio*), краснопірка звичайна (*Sardinus erythrophthalmus*), підуст звичайний (*Chondrostoma nasus*), гірчак (*Rhodeus sericeus amarus*), окунь звичайний (*Perca fluviatilis*), йорж звичайний (*Gymnacanthus cernuus*), головешка амурська (*Percottus glenii*), короп дикий (*Cyprinus carpio*), щука звичайна (*Esox lucius*), верховодка, або уклейка (*Alburnus*). До рідкісних і дуже рідкісних риб відноситься карась золотистий (*Carassius carassius*), лин звичайний (*Tinca tinca*) і миньок звичайний (*Lota lota*).

У ставковому господарстві району добре прижився амур білий (*Ctenopharyngodon idella*), товстолобик (*Hyporhthalmichthys molitrix*), а також декілька видів коропа: лускатої, рамчастої, дзеркальної і лінійної форм [3].

Безхвості або жаби зустрічаються тут повсюдно. Серед них багаточисельними видами є ропуха сіра (*Bufo bufo*), жаба трав'яна (*Rana temporaria*), кумка червоночерева (*Bombina bombina*), жаба озерна (*Rana ridibunda*), жаба ставкова (*R. lessonae*), жаба гостроморда (*R. arvalis*), а також квакша звичайна (*Hyla arborea*). Значно нижча чисельність тритонів звичайного (*Triturus vulgaris*) і гребенястого (*T. cristatus*), ропухи зеленої (*Bufo viridis*). Найбільш рідкісним видом є звичайна часничниця (*Pelobates fuscus*) і плямиста саламандра (*Salamandra salamandra*) [3].

Із плазунів до звичайних видів належать ящірки прудка (*Lacerta agilis*) та живородна (*L. vivipara*), вуж звичайний (*Natrix natrix*) та гадюка звичайна (*Vipera berus*). Останній вид за чисельністю поступається вужу, проте її чисельність помітно зростає. Рідкісною є веретільниця ламка (*Anguis fragilis*), дуже рідкісною — мідянка звичайна (*Coronella austriaca*) [5].

Птахи є найбільш численною групою хребетної фауни. Зокрема, водоплавні та навколоводні птахи, головним чином, зосереджуються близько комплексу ставків сіл Гійче, Любеля, Кулява, Деревня, Крехів, Великі Грибовичі і міста Рави-Руської. За чисельністю домінує лиска, звичайними є також попелюх (*Aythya ferina*), крижень (*Anas platyrhynchos*), крячок річковий (*Sterna hirundo*), пірникози велика або норець (*Podiceps cristatus*) та сірощока (*P. grisegena*). Дуже рідкісні на гніздуванні чернь білоока (*Aythya nyroca*), коловодник лісовий (*Tringa ochropus*), мартин жовтоногий (*Larus cachinnans*). Під час міграції видове різноманіття помітно зростає. Навесні переважає звичайний мартин (*Larus ridibundus*), лиска та різні види качок: крижень, попелюх, свищ (*Anas penelope*), чирянка велика, чирок-тріскунок (*Anas querquedula*) та мала (*A. crecca*), чубата чернь (*Aythya fuligula*), рідше зустрічається нерозень (*Anas strepera*), широконіска (*A. clypeata*), шилохвіст (*A. acuta*), гоголь (*Bucephala clangula*). Максимально видове різноманіття зростає в серпні — на початку вересня, коли розпочинається поступовий спуск ставів і вилов риби. Особливо привабливими для птахів є напівспущені стави, на яких ще триває облов. Тут спостерігається утворення масових скupчень голінастих (чапля сіра (*Ardea cinerea*), чепура велика (*Egretta alba*), лелека чорний (*Ciconia nigra*)), куликів (чайка (*Vanellus vanellus*), різні види коловодників), мартинів (звичайний, жовтоногий та сивий (*Larus canus*)). В останні роки помітно збільшилася чисельність чорного лелеки та великої чепури (остання зустрічається протягом усього року і навіть пробує зимувати), натомість чисельність бакланів великого (*Phalacrocorax carbo*) помітно зменшилася порівняно з початком 90-х років. Серед рідкісних мігрантів варто згадати навесні — креха великого (*Mergus merganser*), восени — чаплю руду (*Ardea purpurea*), чернь білооку, коловодника ставкового (*Tringa stagnatilis*), кульонів великого та середнього (*Numenius arquata*, *N. phaeopus*), баранців великого (*Gallinago media*) та малого (*Lymnocryptes minimus*). Із рідкісних залітних видів зафіксовані баклан малий (*Phalacrocorax pygmeus*), косар (*Platalea leucorodia*), крех малий (*Mergus albellus*), крячок білокрилий (*Chlidonias leucopterus*) [4,5].

У лісо-паркових екосистемах найчисельнішим видом є зяблик (*Fringilla coelebs*), багаточисельними — кропив'янка черноголова (*Sylvia atricapilla*), вільшанка (*Erithacus rubecula*), горобець польовий (*Passer montanus*), лиска (*Fulica atra*). З хижаків зустрічаються ятруб тетерв'ятник (*Accipiter gentilis*) і шуліка чорний (*Milvus migrans*), а болотах — лунь болотяний (*Circus Aeruginosus*). При цьому в межах окремих частин району спостерігаються певні відмінності щодо розподілу птахів. Зокрема, у змішаних дубово-буково-соснових лісах домінує зяблик, за ним ідуть повзик звичайний, вівчарик жовтобрюхий, у бучинах — мухоловка строката і білошийка, а в дібровах — синиця велика і зорянка. На узліссях частіше зустрічається кільчаста горлиця.

Серед перелітних птахів на території району інколи зустрічається хижаки: скопа (*Pandion haliaetus*), кібчик (*Falco vespertinus*), а взимку — зимня (*Buteo lagopus*).

Крім цього, у лісах Розточчя можна зустріти поселення тетерука (*Tetrao tetrix*) та орябка або орябчика (*Bonasa bonasia*) [1].

На території Жовківщини гніздяться чотири види дятлів (сивий, великий строкатий, малий строкатий, жовна чорна), а в період міграції сірійський і зелений дятли. Із совоподібних тут можна зустріти сіру сову, а взимку деколи — пугача.

Найвищим видовим різноманіттям та щільністю пташиного населення характеризуються стиглі та пристигаючі буково-дубово-соснові ліси, а також заплавні вільшини [7].

Найбіднішою є орнітофауна соснових монокультур, і особливо жердняків з високим ступенем захаращеності, які характеризуються меншою кількістю екологічних ніш [6].

Серед мишовидних гризунів найчисельнішою є миша жовтогорла (*Sylvaemus tauricus*), багаточисельними — полівка лісова (*Myodes glareolus*), миша лісова (*Apodemus sylvaticus*), миша польова (*Apodemus agrarius*), бурозубка звичайна (*Sorex araneus*), соня горішникова (*Muscardinus avellanarius*) і полівка водяна (*Arvicola terrestris*).

Жовтогорла миша найчастіше зустрічається у стиглих дубових та букових лісах, тоді як полівку лісову здебільшого можна побачити в соснових жердняках та мішаних незімкнених молодих насадженнях. Бурозубка звичайна в основному поширене у вологих лісових місцинах, де у рослинних деревних формаціях переважає вільха. Лісова миша є менш чисельною і зустрічається переважно у молодих незімкнених насадженнях, особливо у соснових насадженнях. Чисельність польової миші вища в лісах, щоежують з полями. Цей вид виявлений в молодих незімкнених мішаних насадженнях і в соснових жердняках, зрідка — у вологому вільшанику-жердняку. Соня горішкова полюблєє букові ліси, а полівка водяна живе вздовж водяних каналів.

У лісах та лісо-паркових екосистемах зустрічається білка лісова (*Sciurus vulgaris*), або вивірка звичайна, або лісова. Заєць сірий, або заєць-русак (*Lepus europaeus*) здебільшого уникає великих лісових масивів, і зустрічається найчастіше на узліссях та галівинах, по долинах потоків, а також сільськогосподарських угіддях.

Біля водойм іноді можна зустріти ондатру болотяну (*Ondatra zibethicus*) і дуже рідко річкову видру (*Lutra lutra* L.).

Серед хижих звірів зустрічається у лісистій місцевості лісова куниця (*Martes martes*), ласка або ласиця (*Mustela ex grisea nivalis*) та тхір лісовий або тхір темний (*Mustela putorius*). У лісах та сільськогосподарських угіддях живе лисиця звичайна або руда (*Vulpes vulpes*, syn. *Vulpes fulva*). В останні роки помітно зросла у Розточчі чисельність вовка сірого (*Canis lupus*). Сліди цього хижака взимку виявлені в багатьох кварталах лісових угруповань, де він часто полює на диких тварин, про свідчать залишки козуль та інших тварин тощо. Досить рідкісним видом Жовківщини є єнотовидний собака (*Nyctereutes procyonoides*). Його типові біотопи — русла річок, береги водойм, порослі високою рослинністю, болота, заплави.

Серед копитних ссавців у лісових масивах найбільш чисельними є свиня дика (*Sus scrofa*), та козуля європейська (*Capreolus capreolus*), а найбільш малочисельними і навіть рідкісними — олень благородний (*Cervus elaphus*) та лось європейський (*Alces alces* [10,11]). Чисельність кабана (*Sus scrofa*) коливається в значних межах і визначається, головним чином, урожайністю природних кормів (насіння бука і дуба). Основні місця відтворення цього виду знаходяться у лісових і чагарникових екосистемах, а також на територіях, виведених з постійного землекористування та необроблюваних тимчасово земельних угіддях. Популяцію цього виду можна зустріти восени на великих масивах посівів кукурудзи, зерном якої кабан полюблєє живитися. Козуля найменш схильна до міграцій, тому чисельність її по роках є стабільною, що пов'язано із наявністю тут достатньої кількості корму. Оленя благородного та лося європейського інколи можна зустріти у просторих долянах потоків, подалі від населених пунктів.

Найбільш поширеними видами рукокрилих на території району є нічниця велика (*Myotis myotis*), вухань звичайний (*Plecotus auritus*), нетопир малий (*Pipistrellus pipistrellus*), кажан пізній (*Eptesicus serotinus*). Три види кажанів — нічниця довговуха (*Myotis bechsteinii*), нічниця ставкова (*Myotis dasycneme*), широковух європейський (*Barbastella barbastellus*) — занесені до Червоної книги і трапляються відносно рідко. Більшість з них на зиму відлітають,

але вухань звичайний *Plecotus auritus*, у відносно теплі зими, найчастіше залишається у місцевих печерах або на окремих горищах різних будівельних споруд [2, 7].

Необхідно зауважити, що значна частина хребетних тварин, які зустрічаються дуже рідко на території Жовківщини, є занесеними до Червоної книги України. Для прикладу, серед плазунів під охороною є звичайна мідянка (*Coronella austriaca*), птахів — косар або колпиця (*Platalea leucorodia*), лелека чорний (*Ciconia nigra*), чернь білоока (*Aythya nyroca*), гоголь (*Bucephala clangula L.*), рудий шуліка (*Milvus milvus L.*), змієд (*Circaetus gallicus L.*), орлан-білохвіст (*Haliaeetus albicilla L.*), сірий журавель (*Grus grus L.*), горностай (*Mustela erminea*), коловодник ставковий (*Tringa stagnatilis Bechst.*), пугач (*Bubo bubo L.*), ссавців — європейська норка (*M. lutreola L.*), борсук (*Meles meles L.*), річкова видра (*Lutra lutra L.*).

Як бачимо, флора і фауна Жовківщини є дуже різноманітна, представлена широким спектром видів, в тому числі рідкісних, що занесені до Червоної книги та охороняється законом.

Таким чином, проведений аналіз природного потенціалу даного регіону свідчить про те, що Жовківщина є унікальним краєм для розвитку екологічного, зеленого та сільського туризму, вимагає розробки відповідної інфраструктури і туристичних турів для цієї місцевості, здійснення заходів з рекламно-інформаційного забезпечення та охорони довкілля.

Література

1. Горбань І. М. Фауна птахів та ссавців заповідника «Розточчя» [Текст] : наук. віsn. НЛТУ України. — 2010. — Вип. 20.
2. Гузій А. І. Fauna i населення хребетних Західного регіону України. — Т. 1. Розточчя / А. І. Гузій. — К. : Либідь, 1997. — 148 с.
3. Гузій А. І. Особливості орнітофауни і населення птахів Розточчя [Текст] // Проблеми і перспективи розвитку природоохоронних об'єктів на Розточчі / Мат. міжнар. наук.-практ. конф. — Львів, 2000. — С. 132–134.
4. Кучинська І., Загульський М., Стельмах С. Роль Яворівського національного природного парку у збереженні біологічного різноманіття регіону Розточчя [Текст] // Біосферний резерват як модель сталого розвитку територій та об'єктів природно-заповідного фонду. мат. міжнар. наук.-практ. конф. — Львів, 2003. — С. 71–75.
5. Кучинська І. В., Любинець І. П., Стельмах С. М., Загульський М. М. Охорона біорізноманіття Яворівського НПП в контексті створення міжнародного біосферного резервату «Розточчя». — Заповідна справа в Україні. — 2005. — Т. 11, вип. 2. — С. 53–61.
6. Сорока М. І. Flora Rostochya, ee oхрана и использование. — Автореф. дис. ... канд. с.-г. наук. — Львов, 1992. — 17 с.
7. Татаринов К. А. Fauna Хребетних Заходу України / К. А. Татаринов. — Львів : вид-во Львів. ун-ту, 1973. — 256 с.

Бомба М. Я.

УНИКАЛЬНОСТЬ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ ЖОВКИВЩИНЫ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА РЕГИОНА

В статье проведен системный анализ исследования отечественных ученых с точки зрения автора относительно развития и распространения фауны и флоры в пределах Жовквищины с перспективой привлечения природных ресурсов этого уникального края для развития разных видов туристической деятельности.

Ключевые слова: природные ресурсы, фауна и флора, туристическая деятельность, Жовквищина.

Bomba M. Y.

UNIQUENESS OF NATURAL RESOURCES OF ZHOVKVA REGION AND THEIR USING FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REGION

The article analyzes the research of native scientists from the author's point of view concerning the development and expansion of fauna and flora on the ground of Zhovkva region in prospect of involving of natural resources of this unique region for the development of different kinds of tourist activity.

Key-words: natural resources, fauna and flora, tourist activity, Zhovkva region.

УДК 930.85

Берест Р. Я., Адамішин О. М.

ЕТНОКУЛЬТУРНИЙ СКЛАД ЖИТЕЛІВ НАСЕЛЕНИХ ПУНКТІВ СТРИЙСЬКОГО ПОВІТУ ЛЬВІВСЬКОГО ВОЄВОДСТВА У ДОРАДЯНСЬКИЙ ПЕРІОД

Досліджено етнокультурний склад мешканців Стрийського повіту Львівського воєводства у довоєнний період в розрізі їх національної приналежності. Акцентовано на переважаючому числі українського населення серед інших груп населення. Звернуто увагу на важливості збереження та пропаганди пам'яток світової і вітчизняної культури для розвитку туристичної індустрії.

Ключові слова: повіт, пам'ятки, населення, українці, поляки, євреї, німці.

Дивним, на перший погляд, видається те, що українські землі стали колискою для багатьох жителів близького та далекого зарубіжжя. Часто у закордонних засобах масової інформації можна зустріти відомості іноземців про їхнє походження з України. Ale, як свідчать історичні факти, крім автохтонного населення, у різні часи мешканцями українських земель були печеніги, половці, татаро-монголи, турки, євреї, караїми, гагаузи, поляки, росіяни, угорці, румуни, литовці, болгари, шведи, австрійці, чехи, словаки, англійці, бельгійці, французи, німці та інші народи [12].

Особливо строкатою в етнокультурному плані виявилася Галичина. Приплів чужоземного елементу на галицькі землі був зумовлений низкою сприятливих чинників, а саме наявністю вільних земель, багатих сировинних ресурсів, дешевою робочою силою, сприятливими умовами ведення господарсько-виробничих занять, торгівлі. Зокрема, ще й зараз з давніх часів поблизу Галича проживає община караїмів. У великій мірі війни стали чинником, який сприяв різкому скороченню (геноциду, відпліву чи інше) числа іноземних жителів. Зокрема, визначальними для масових міграцій єврейського цивільного населення стали події Другої світової війни — створення фашистами національних концентраційних таборів (наприклад, гетто), масове винищення євреїв.

Не менші зміни в етнічному плані спричинили примусові депортациі, які відбувалися у повоєнні роки з боку радянської влади, урядів Польщі та інших сусідніх держав. Ці складні періоди ще вимагають детального та глибокого дослідження. Тому, у своїй статті ми зупинимося на порівняно стабільному періоді в етнокультурному розвитку окрім взятого Стрийського повіту Львівського воєводства, який хронологічно окреслюється від XIX ст. — часу активного освоєння чужинцями українських земель і триває до так званого «ввоз’єднання Західної України з УРСР» та початку Другої світової війни [3, с. 408–417].

Варто зауважити, що адміністративно-територіальні межі повітів польського територіально-адміністративного устрою Львівського воєводства значно відрізняються від сучасних територіальних меж районів. Наприклад, у складі Стрийського повіту перебувало містечко Сколе та населені пункти сучасного Сколівського району.

Багато населених пунктів Прикарпаття, особливо у Турківському, Добромильському та інших повітах у повоєнний період прининило своє існування. Чимало чужоземних поселень змінило свої давні історичні назви, які, наприклад, внесли австрійській польські колоністи. Тому, висвітлюючи зазначену проблематику, будемо враховувати зазначені та інші умовності.

Загальні статистичні дані про число мешканців повітового містечка Стрий відносяться до початку XIX ст. Вони свідчать про поступовий розвиток міста. Так, у 1843 р., у Стрию налічувалося всього 8 тис. мешканців, у 1880 р. — 12,6 тис. чол., 1890 р. —

23,2 тис. чол., а у 1910 р. — 30,9 тис. чол. [6, с. 3072]. Наведені дані показують динамічний ріст населення міста. Але, як свідчать результати наукових досліджень, в австрійський період воно зростало за рахунок припливу іноземного контингенту і, перш за все, фахівців у справі лісової розробок та місцевої дешевої робочої сили. Не останню роль у процесі налагодження діяльності промислових підприємств, будівництва залізниць, розвитку торгівлі відіграво падіння кріпосного права в Галичині 1848 р. та чимало інших чинників соціально-політичного та економічного характеру [4, с. 280–286].

Привертали увагу багатьох іноземних компаній та осіб лікувальні джерела Карпат та Прикарпаття. Вже, наприкінці XIX ст., завдяки закордонним інвестиціям, в Стрийському повіті ведеться активне будівництво курортів, лікувальних здравниць, відпочинкових баз, що також сприяло припливу чужоземного контингенту.

Дані польського періоду історії українського Прикарпаття засвідчують, що після Першої світової (1914–1918) та польсько-української воян (1918–1919) місто опинилося в значному соціальному занепаді [7]. В перші повоєнні роки у Стрию налічувалося приблизно 13 тис. чол. Зменшення чисельності населення було зумовлено демобілізаційними процесами, міграціями населення, соціальними втратами унаслідок воєнних дій тощо. Проте, станом на 1931 рік, у Стрию значилося 30 900 мешканців, що відповідало довоєнним статистичним даним 1910 року [6, с. 3072].

У міжвоєнний період зростання населення відбувалося за рахунок активного переселення єврейського населення, польського етнічного елементу, який під знаком привілейованих суспільних категорій резервістів, колоністів, осадників прибував на українські землі з корінної Польщі [8, с. 286–290].

Надзвичайно важливе значення для висвітлення реального етнокультурного стану Галичини мають статистичні дані, які у міжвоєнний період зібрали Володимир Кубайович [1, с. 380]. Хоча автор подає їх через призму релігійної приналежності, але вони є прямим свідченням їх етнічних носіїв. Так станом на 1 січня 1939 року, в Стрию налічувалося 32 800 мешканців. З них українців було 9 тис. 200 осіб, поляків — 11 300, євреїв — 11 700, австро-німецький та інші етноси складали всього 600 чол. [5, с. 85].

Другим за значенням у зазначеному повіті було невелике карпатське містечко Сколе. В період 1880–1920 рр. воно значиться повітовим містечком [9, с. 2866], де наприкінці XIX ст. помітний розвиток дістасе лісопильна промисловість, що сприяло притоку робітництва. В міжвоєнні роки воно є складовою частиною Стрийського повіту.

За наведеними статистичними даними станом на 1 січня 1939 року тут проживало всього 8 100 мешканців. З них українців було 2350 чол., поляків — 2550, євреїв — 2800, австрійці, німці та інші етнічні групи населення складали всього 400 осіб.

Перед початком Другої світової війни Стрийський повіт Львівського воєводства включав 119 населених пунктів. Враховуючи значне їх число та раціональне використання обсягу статт, подаємо відомості у вигляді наступної табл. 1, у якій ставимо за мету відобразити загальне число мешканців населених пунктів, їх національний склад, появу та поширення перехідних релігійних груп населення і новоприбулих з польських земель привілейованих категорій населення.

Перш, ніж перейти до аналізу наведених у таблиці даних зазначимо, що ми опрацювали лише найпізніший період чужоземного заселення земель українського Прикарпаття і гірських районів Карпат, коли його поселенцями стає німецькомовне, польськомовне та єврейське населення.

В загальний чисельний підсумок ми також включили вище згадані у текстовій частині дані про мешканців Стрия та Сколе.

Таким чином, статистичні відомості дають підстави зазначити, що українці у довінний період складали переважаючий контингент населення Стрийського повіту. Так із

Таблиця 1

Назва населеного пункту	Загальне число	Українці	Поляки	Польські колоністи	Латини	Євреї	Німці та ін.
Аннаберг	300	10	20	—	—	20	250
Балічі Підгірні	1010	975	20	—	—	15	—
Балічі Подорожні	1540	1275	20	180	40	20	5
Бережнища	770	730	20	—	10	10	—
Братківці ст.	2610	1720	580	50	120	90	50
Братківці нов.	1890	1680	10	—	100	80	20
Жежава (Міртуки)	720	40	570	50	20	10	30
Бригідин	1030	90	5	—	—	—	935
Хащовання	450	440	10	—	—	—	—
Хітар	1110	1080	5	—	—	25	—
Ходовичі	780	720	30	—	10	—	20
Хромогорб	490	50	40	—	385	15	—
Дашава нов.	2810	1170	1080	450	60	10	40
Дашава ст.	1230	1130	10	—	60	10	20
Дашава Корчунок	1580	40	1070	450	—	—	20
Дідушиці Малі	1180	1160	—	—	10	10	—
Добрівляни	800	755	25	—	—	—	20
Добряни	1430	1385	25	—	—	5	15
Довге	990	770	195	—	—	15	10
Довголука	1160	1100	5	—	10	20	25
Дутіби	1820	1455	200	—	—	25	140
Фалиш	700	640	50	—	—	5	5
Феліцієнталль	730	20	—	—	—	30	680
Гезендорф	500	90	30	—	—	—	380
Гірне	2040	2010	20	—	—	10	—
Головутів	1070	980	60	—	—	10	20
Головецько	1210	1190	10	—	—	10	—
Грабовець Скоп.	320	320	—	—	—	—	—
Грабовець Стрийс.	1570	985	230	—	—	5	350
Гребенів	710	600	60	—	—	50	—
Ялинкувате	750	720	10	—	—	20	—
Юсептичі	1070	1010	10	—	20	10	20
Кальне	620	590	10	—	—	20	—
Кам'янка	940	920	10	—	—	10	—
Карлсдорф	330	—	5	—	—	—	325
Кавчий Кут	870	860	5	—	—	5	—
Кавсько	1760	1660	10	—	50	30	10
Климець	780	660	30	—	—	20	70
Колодниця	530	510	—	—	—	20	—
Комарів Руський	640	585	5	—	—	—	50
Конюхів	1170	1120	40	—	—	10	—
Корчин Рустикал.	1280	1200	40	—	—	10	30
Корчин Шляхетс.	530	365	10	—	150	5	—
Коростів	1010	930	65	—	—	5	10
Козьова	1010	900	20	—	—	90	—
Крушельниця Рус.	1070	1000	30	—	10	30	—
Крушельниця Шл.	830	760	5	—	30	30	5
Лани Соколівські	820	700	30	60	20	10	—
Лавочне	1520	1090	220	—	—	160	50
Любинці	1080	780	130	—	0120	40	10
Лотатники	390	350	5	—	25	10	—

Лукавиця Нижня	720	690	10	—	10	10	—
Лукавиця Вижня	700	665	—	—	20	5	10
Либохора	990	955	5	—	—	30	—
Лисятичі	2490	2305	40	—	50	80	15
Синевидсько Виж.	5400	4110	870	—	20	430	20
Татарсько	410	395	5	—	10	—	—
Тернавка	1090	1060	10	—	—	20	—
Труханів	1490	1390	10	—	—	60	30
Тухли	1740	1460	160	—	—	120	—
Тухолька	1230	940	40	—	—	60	190
Тисовець	200	200	—	—	—	—	—
Тишівниця	380	370	5	—	—	5	—
Угерсько	1120	930	70	—	—	30	90
Угольна	790	745	—	—	10	20	15
Урич	1530	1270	100	—	—	160	—
Верчани	1340	1240	40	—	10	10	40
Вівня	780	775	—	—	—	—	5
Воля Довголуцька	610	555	—	—	5	30	20
Воля Задеревацька	1140	1120	—	—	10	5	5
Волосянка	1740	1670	10	—	—	55	5
Вижнів	970	900	40	—	—	30	—
Задеревач	720	720	—	—	—	—	—
Завадів ст.	1230	880	250	—	—	10	90
Завадів нов.	990	870	30	—	—	10	80
Райнів	240	10	220	—	—	—	10
Жупин	1480	1200	20	160	45	15	40
Жупане	1260	1150	30	—	60	20	—
Всього	163860	116285	20555	900	2030	18055	6035

163 тисяч мешканців 116 тисяч були українцями. Окремі населені пункти (Задеревач, Тисовець та ін.), незважаючи на багатовікове чужоземне заселення українських земель, спричинене іноземним пануванням, залишилися етнічно чистими українськими селами.

Порівняно незначне число чужинців проживало серед українців у Вівні, Тишівниці, Тернавці, Тишівниці, Конюхові, Хащованні, Вижній Стинаві, Кавчому Куті, Вижневі, Жупаному та ін. В українських селах будувалися церкви, діяли хати-читальні, функціонували громадські товариства «Рідна школа», «Просвіта», «Пласт», «Луг», «Січ», «Сокіл» та ін. [2, с. 213–216].

Проте, варто відмітити й те, що чимало поселень досліджуваного регіону створили австрійські переселенці. Найбільші міграції німецькомовних етносів (австрійців, німців та ін.) у Прикарпаття відзначаються наприкінці XVIII — початку XIX ст. Серед прибульців можна побачити різні соціальні категорії (барони, графи, рицарі, майстри, підмайстри і навіть просте робітництво та землеробське населення). Міграційні процеси були пов’язані зі захопленням Галичини Австрією у 1772 р. Емігранти засновували нові села, присілки, хутори або, так звані, колонії. Для прикладу, можна навести колишні села Стрийського повіту: Пехерсдорф, Гезендорф, Карлсдорф, Аннаберг, Феліцістал та ін. Іноді колоністи компактно селилися в існуючих населених пунктах. Такі поселення мали власні релігійні храми (кірхи), німецькомовні школи, своє адміністративне управління, заклади культури, кладовища тощо.

Всього в Стрийському повіті перед початком Другої світової війни проживало понад 6 тис. австро-німецьких колоністів. Проте, значно більше їх було перед початком Першої світової війни, у якій Австро-Угорщина зазнала поразки. Саме воєнна поразка спричинила масовий відплів німецького населення з обжитих місць.

Назв зазначених вище сіл давно не існує, бо в повоєнний період радянська влада дала їм нові найменування. За результатами наших науково-дослідних робіт польового сезону 2012 року встановлено, що в колишньому селі Феліценталь, яке має сучасну назву Нагірне Сколівського району, унікальною пам'яткою є відмежоване від сучасного сільського цвинтаря німецьке кладовище XVIII — першої половини ХХ ст. Німецькомовні епіграфічні написи та наведені імена на поховальних плитах дають змогу персоніфікувати історію села й рідного краю і навіть трактувати окремі унікальні кам'яні та відлиті з металу надгробки, як цінне надбання світової культури.

Звичайно, що польськомовні села на українському Прикарпатті творили поляки. Наприклад, як показують дані наведеної таблиці, у Райнові з 240 мешканців 220 були поляками. Висока питома вага польськомовного населення відзначалася в Дашибі Кочунку, Жежаві, Соколові, Братківцях та ін. У польських селах закладали польські школи, національні культурно-освітні товариства, будували костели, каплиці тощо.

Як показали недавні опитування місцевого населення, основною причиною, яка спонукала їх до відмежованого існування, були розбіжності релігійних календарів католицького та православного населення, а інколи і зневага та зверхнє ставлення поляків до українців або навпаки.

Термін «латинники», які також мають місце у таблиці, запозичено у В. Кубійовича. Цим терміном він виділив окрему переходну категорію греко-католицького населення, яка бере свій початок від Берестейської унії 1596 року. В порівнянні з іншими районами Прикарпаття греко-католицька релігія у Стрийському повіті не отримала значного поширення. Ймовірно, це було пов'язано з стійкістю місцевих православних традицій. До речі, ще зараз у підгірських та гірських районах домінуючим релігійним світоглядом залишається православ'я.

Значну чисельність жителів повіту перед війною складало єврейське населення. З наведених даних можна зауважити, що євреї селилися невеликим групами майже в кожному населеному пункті. Це, на нашу думку, було зумовлено специфікою їх існування та діяльності. У Стрийському повіті чисельні єврейські общини значилися в Лавочному, Соколові, Підгородцях, Уричу, Славську, де існували єврейські школи, божниці, культурно-освітні установи й заклади тощо.

На жаль, багатьох єврейських кладовищ на даний час не існує. Найбільше їх було знищено в часи радянської влади, у 60–70 роках минулого століття. З інформації місцевого вчителя історії Лукача В. Д. (Лукач Володимир Деонізійович, 1961 р.н., вчитель історії, завуч загальноосвітньої школи смт. Славсько Сколівського р-ну Львівської обл.) відомо, що поховальні плити «жидівських окопись» з Лавочного, Славська, Сколе стали будівельним матеріалом для спорудження колгоспних ферм, автомобільних гаражів, тракторних станів, мощення місцевих доріг. Те ж саме зауважив краєзнавець Борщ В. В. стосовно долі єврейського кладовища у Верхньому Синьовидному (Борщ Володимир Васильович, 1957 р.н., секретар сільської ради с. Верхнє Синьовидне Сколівського р-ну Львівської обл.).

Таким чином, статистичні відомості щодо етнокультурного складу населення Стрийського повіту Львівського воєводства у повоєнний період свідчать, що переважаюче число осель залишалося за корінним українським населенням, яке в складних умовах чужоземного панування берегло та примножувало національні традиції. З іншого боку, слід відзначити значну строкатість місцевого населення, яке залишило різноманітну історико-культурну спадщину, котра в умовах розвитку незалежної України повинна приваблювати вітчизняного та зарубіжного туриста, гідно слугувати інтересам туристичної індустрії.

Література

1. Довідник з історії України (А–Я) [Текст] / За заг. ред. І. Пікови, Р. Шуста. — К. : Генеза, 2001. — 1136 с. — ISBN 966-504-179-7.
2. Історія України [Текст] / Відп. ред. Ю. Сливка. — Львів : Світ, 2002. — 520 с. — ISBN 966-603-298-8.
3. Історія Центрально-Східної Європи [Текст] / За редакцією Леоніда Зашкільняка. — Львів, 2001. — 660 с. — ISBN 966-613-037-8.
4. Крип'якевич І. Історія України [Текст] / І. П. Крип'якевич. — Львів : Світ, 1990. — 520 с.
5. Кубійович В. Етнічні групи південно-західної України (Галичини) на 1.1.1939. Національна статистика Галичини [Текст]. — Wiesbaden, 1983. — 175 с.
6. Кубійович В., Падох Я. Стрий [Текст] // Енциклопедія Українознавства. Перевидання в Україні. — Львів, 2000. — Т. 8. — С. 3072 (С. 2805–3199).
7. Литвин М. Українсько-польська війна 1918–1919 pp. [Текст] / Микола Литвин. — Львів, 1998. — 469 с. — ISBN 966-02-0559-7.
8. Макарчук С. А. Етнічна історія України [Текст] : навч. посіб. / С. А. Макарчук. — К. : Знання, 2008. — 471 с. — ISBN 978-966-346-409-1.
9. Сколе [Текст] // Енциклопедія Українознавства. Перевидання в Україні. — Львів, 2000. — Т. 8. — С. 2866 (С. 2805–3199).
10. Яковенко Н. Нарис історії середньовічної та ранньомодерної України [Текст]. — К., 2005. — 587 с. — ISBN 966-733-267-3.

Berest R. Я., Adamyshyn O. M.

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЙ СОСТАВ ЖИТЕЛЕЙ НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ СТРИЙСКОГО ПОВЕТА ЛЬВОВСКОГО ВОЕВОДСТВА У ДОСОВЕТСКИЙ ПЕРИОД

Сделано попытку исследовать этнокультурный состав жителей Стрийского повета Львовского воеводства у довоенный период в разрезе их национальной принадлежности. Акцентировано на преобладающем числе украинского населения среди других групп населения. Обращено внимание на важности сбережения и пропаганды памяток мировой и отечественной культуры для развития туристической индустрии.

Ключевые слова: повет, памятки, население, украинцы, поляки, евреи, немцы.

Berest R.Y., Adamyshyn O. M.

ETHNOCULTURAL COMPOSITION OF STRYISKY COUNTY LOCALITIES RESIDENTS OF LVIV PROVINCE IN THE PRE-SOVIET PERIOD

An attempt to investigate the ethno-cultural composition of Stryisky county residents of Lviv province in the pre-war period in terms of their ethnicity was made. The accent on the Ukrainian population prevailing among other groups was made. Attention to the importance of preservation and promotion of world and national culture monuments for the tourist industry was made.

Keywords: county, monuments, population, Ukrainians, Poles, Jews, Germans.

УДК 338.483.12:711.437(477.83)

Анісімович-Шевчук О. З., Бегей О. І.

**ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ СІЛ
ІРСЬКОГО РАЙОНУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
(НА ПРИКЛАДІ НОВОМІСЬКОЇ СІЛЬСЬКОЇ РАДИ)**

Проаналізовано туристичні можливості сіл, які належать до Новоміської сільської ради Старосамбірського району Львівської області. Зроблено короткий екскурс в історію, зокрема, закреплено на періоді середньовіччя. Подано пропозиції щодо розробки нових туристичних маршрутів та використання історико-культурних об'єктів у туризмі.

Ключові слова: села, туристичні можливості, історико-культурні ресурси, городище, церква, монастир, костел, туризм.

Сьогодні в нашій державі надзвичайно актуальною є проблема економічного розвитку регіонів, забезпечення населення робочими місцями, зокрема мешканців сільської місцевості, надходження коштів до бюджету як загальнодержавного, регіонального так і місцевого. На наш погляд, належний розвиток туризму сприяє вирішенню низки цих та інших актуальних питань сьогодення. Адже туризм — «найдинамічніша сфера людської діяльності, чинник економічного та культурного розвитку, захисту навколошнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод без різниці у расі, статі, мові та релігії. Туризм — економічне джерело створення нових робочих місць та отримання прибутку, розвитку інфраструктури промисловості» [14, с. 11]. «Дослідження показують, що в туризмі нові робочі місця створюються в 1,5 раза швидше, ніж у будь-якій іншій галузі. При цьому нові робочі місця та туристичні підприємства з'являються здебільшого в найменш розвинених регіонах країни, що сприяє вирівнюванню економічної ситуації в країні, заохочує жителів не полішати сільські зони мешкання» [14, с. 35].

Одним із перспективних, однак, менш популяризованих районів Львівщини є Старосамбірський район. Історія та природні ресурси цього краю — надзвичайно унікальні. Метою статті є висвітлення туристичних можливостей сіл Львівської області. Для прикладу, села, що належать до сільської ради села Нове Місто Старосамбірського району, а це — с. Боневичі, с. Городисько, с. Грабівниця, с. Комаровичі, с. Нове Місто, с. Посада Новоміська. Дані села розташовані між м. Добромилем, смт Хировим та смт Нижанковичами.

Природа наділила цю територію чудовими краєвидами, і як зазначає в рукописі колишній директор Новоміської сільської школи Т. І. Батицький (1977–1994 рр.): «Перебуваючи в Новому Місті, уважний спостерігач зверне увагу на три вершини, які в радіусі 10 км височать над нашими околицями.

Найближча з них гора Радич висотою 524 м над рівнем моря. На південь від Нового Міста розташувався Гербурт на висоті 555 м. На заході видніється Кальварія на висоті 465 м.

Безпосередньо до залізниці, яка з'єднує Нове Місто з Добромилем, височить Винна Гора, а поруч Пасіка. Добре видно залишки парків у Боневичах, Комаровичах, кілька каштанів із славної алеї, яка вела з Грабівниці до Нового Міста.

Добре видно церкву Св. Юра у Городиську, а поруч і руїни стародавнього замку. В радіусі 2–3 км руїни замків у Передільниці і Твержа, що у Біблі» [1]. Не менш важливим є той факт, що в лісі с. Посада Новоміська знаходиться гора Радич — Головний Європейський вододіл [4].

Відомі дослідники цікавилися історією, культурою даної території. Зокрема, М. Ваврик [3], М. Грушевський [7], І. Крип'якевич [10], М. Кріль [11], І. Мицько [15; 16], М. Рожко [21], В. Слободян [23] та інші приділяли увагу цій місцевості у своїх наукових розвідках.

Перша згадка про село Нове Місто в історичних джерелах датується 1361 роком [17, с. 784]. Як стверджується у літературі, Нове Місто за княжих часів називалося Библо [5, с. 296]. «Библо розташувалося там, де тепер є Нове Місто. У 1241–1242 рр. після нападів татар село було знищено. Населення, яке вціліло поселилося за 3 км від старого місця, і нове поселення назвали також Библо» [5, с. 296]. Згодом частина людей повернулася на старе місце і заснували село, якому дали назву Нове Місто. Деякі дослідники зазначають: «Вважається, що Нове Місто засноване королем Казимиром Великим, який заселив його переселенцями з Німеччини (перше письмове посилання — 1361 р.). Про час виникнення парафії можна судити зі згадки 1419 року про парафіальну школу в Новому Місті як про одну з найдавніших на Перемиській землі» [2, с. 192]. На жаль, автори цієї книги, посилань на архівні матеріали не дають.

Проте в архівах є грамота «від 25 липня 1361 р. король Казимир підтверджує своєму слузі Ходку Бибельському право на володіння селом Библом (у грамоті вказане лише відсільне прізвище Бибельський). У цій королівській грамоті також зазначено, що ходко Бибельський подав королю листи князя Лева на цю посілість. Пани Бибельські були власниками сіл Библо та Комаровичі в XIV ст.» [5, с. 297]. Якщо говорити про власників Нового Міста, то доцільно зазначити роботу Грушевського М., який досліджував копії рукописів, що йому передав о. Арістарх Крижановський для опублікування в Записках: «... Документів тільки й мав, що копію з привileя Ягайла 1406 р., кілька виписок з переворських актів, та ще помянник Гродищанського монастиря (Городище коло Нижанковець, в сусістві Нового міста), фондованого очевидно Бибельськими (він згадується між маєтностями Бибельських при рохдії їх маєтностей в р. 1441 — Akta gr. i ziem. XIII ч. 1489). ... Збірку розпочинає грамота Володислава Ягайла з 1406 р. п. т. Confirmatio Privilegiorum Demetrii Chotko Ducis de Bybel super bona ipsius haereditaria — себе-то потверджене Казимирової грамоти для Ходка Бибельського з 1361 р., в латинськім перекладі (л. 1–3). ... інтересна в ній тільки інтерполіація княжого титул Бибельських ... в автентичних грамотах цього княжого титулу нема» [7, с. 2]. При цьому М. Грушевський зазначає: «Припускати, що тут дійсно заховала ся традиція про колишній княжий титул Бибельських — на мій погляд трудно. Чи не плинула на те ся обставина, що в генеalogії Бибельських були князі, тільки посвоячені з ними в жіночій лінії, а то князі Передільницькі: предок їх кн. Іван Несвицький, з Волині, в 30-х рр. XV в. оженив ся сам і його сини кн. Передільницькі. Може, кажу, се дало початок традиції про князів Бибельських? ... Документально знаємо, що в 1440-х рр. нпр. Бибельські були православними: з р. 1441 маємо умову Фредра з Плішович з Сеньком Бибельським: Фредро просвата за нього доньку, але з тим, що Сенько має «вихреститися» — debet se baptizare prius quam copulam contraheret (A.G.Z. XIII ч. 1491), значить був він іще православний» [7, с. 4]. Крім цього, існують припущення про те, що нібито в історичних джерелах про поселення Библо згадується вже з кінця XII ст. Уродженець Библа Олелько Бибельський, нащадок спасівського роду, був дружинником Романа Мстиславовича [18]. Однак, це питання потребує окремого дослідження і на сьогодні жодних підтверджень не знайдено.

Проте про імовірне місце проживання цих власників ми можемо лише припинати. Так у «Словнику географічному Польського Королівства та інших слов'янських країв» («Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich») згадується, що у 1361 р. були документи на маєток у Chotka Bybel'skiego (та його дітей), Szydłows-

kich, Gazkowskich, від яких у 1851 р. купив Олександр і Альбіна Jaworskich Pragłowscy. Вони збудували двір із прекрасним садом [25, с. 306]. Сьогодні будинок останніх власників відбудовує місцевий мешканець для влаштування тут агросадиби (територія сучасного села Комаровичі).

«З гори прекрасний вигляд на р. Вирву, а дальше на монастир базиліанський, руїни замку Гербуртів з Добромуля і на Кальварію Пацлавську. Була тут церква, яку перенесено до Нового Міста» [25, с. 306]. У «Словнику географічному...» також зазначається, що на місці, де закладено город (ogród), знайдено багато старовинного посуду, було розриту могили зі старовинними монетами та речами.

Про те, що територія села заселена віддавна, свідчить знахідка (1871 р.) римських монет IV ст. (зберігаються у Krakівському археологічному музеї). Розвідкові роботи проводилися Львівським історичним музеєм, Інститутом українознавства ім. І. Крип'якевича, Інститутом народознавства НАН України. Дослідники зазначили, що у селі Боневичі (належить до Новоміської сільської ради): «Боневичі 1. За 1 км на схід від села, на північному схилі мисоподібного виступу правого берега р. Вигор висотою 6–8 м над рівнем заплави — поселення культури фракійського гальштату» [8, с. 35].

Слід наголосити, що у 1986 р. «ув'язку з інтенсивними промисловими вирубками лісу та меліоративними роботами на ділянках та прилеглих частинах пам'яток, що загрожували руйнуванню культурного шару та залишків оборонних споруд були проведенні рятівні дослідження археологічної експедиції Львівського університету» [24, с. 104], зокрема й на території села Посада Новоміська. У дослідженнях зазначається: «Городище розташоване в 1,5 км південніше від села на вершині гори Радич (ур. Спалисько). Площадка городища нагадує овал, витягнутий по лінії захід–схід. З північної та південної сторін городище укріплене потрійною оборонною лінією у вигляді ровів та насипних земляних валів висотою від 3 до 10 м від підошви валу. В середніх частинах валів простежуються в'їзи.

На різних ділянка площинки городища закладено ряд шурфів загальною площею 30 м². Культурного шару або знахідок в розкопках не виявлено. В 1964–1965 рр. пам'ятка була обстежена В. Ауліхом, який на основі виявлених фрагментів посуду датує Х–XI ст. На основі попереднього аналізу системи побудови оборонних споруд та вибору місця для городища цей пам'ятник можна датувати цим же періодом» [24, с. 104]. Дослідник Рожко М. в одній зі своїх публікацій стверджує: «Оборонні укріплення будувались на підвищеннях острівного або мисового типу» [21, с. 86], при цьому серед поселень називає Спалисько. Ця пам'ятка є на державному обліку 5.05.1972 р. № 183. «За плановою структурою укріплення Бойківщини мають однорядну систему оборони, а також оточені подвійними і потрійними валами і ровами... На окремих укріпленнях зафіксовано існування веж–донжонів» [20, с. 87]. Однак можна ствердити, що у Х–ХІІІ ст. в с. Посада Новоміська було поселення, про яке й зазначається в додатку до атласу «Територіальний устрій Руси–України (Х–ХІІІ ст.)» Ю. Лоза [12].

Серед поселень, які вивчали археологи зазначається й с. Городисько Новоміської сільської ради. «На окремих укріпленнях зафіксовано існування окремих жител лицарів» [21, с. 87]. «Замчище розташоване на одному з виступів плато, висота над рівнем річкової долини становить приблизно 60–65 м. Крутизна східних схилів і річки Вирва були значною перешкодою на підступах до замчиська.

Замчисько мало майже округлу форму діаметром 53 м з незначним нахилом в східному напрямку. З західної сторони воно відокремлене від плато штучним ровом та валом. Ширина рову у цій частині становить 6 м при глибині 1–2 м. Висота доволі крутого валу в центральній його частині досягає 10 м, а в обох крайніх до 8 м від підошви площинки. Вся площа пам'ятника покрита густим чагарником та деревами.

В центральній частині городища та біля західної сторони валу проведено невеликі розкопки. Культурний шар досягав глибин від 0,2 м до 0,6 м і складався тільки з фрагментів гончарної кераміки виготовленої з місцевої глини. Опал посуду, як правило, різноманітний, що дає змогу говорити про те, що печі для випалу були доволі складними. Крім цього зустрічались окремі фрагменти посуду, які були виготовлені з червоної глини. Із всієї маси фрагментарного посуду знайдено одне денце з клеймом у вигляді кола з радіальними лініями.

На основі вивчення кераміки, яку поділено на дві групи, можна констатувати, що городище-замчисько, мабуть, було споруджено в другій половині XVI ст. і належить до часу литовського періоду в історії Волинської та Галицької земель. Не зважаючи на відносно пізній характер, пам'ятка становить значний інтерес для вивчення маловідомого періоду феодальної історії західноукраїнських земель» [24, с. 105].

Існують згадки про монастир в с. Городисько (І. Крип'якевич [10], Ю. Никорович [19, с. 52] та інші). Варто, на наш погляд зазначити, що відомий історик І. Крип'якевич стверджує: «Монастир (пов. Добромиль) згадується 1446–1447 р. при селі Підгородище побіч сіл Передільниця, Губичі, Воля, Городисько, як власність князя Несвіжського (AGZ XIII ч. 2727 Podgrodzyscze cum Monastir, 3241). Підгородище тепер незвісне, але очевидно лежало недалеко Городиська. В монастирській церкві в Городищі були похоронені покійники з роді Бибельських, починаючи з XIV в. («Положены моши сихъ Князей Быбельскихъ у церкви стго Великаго Отца Василыя на Городищи Монастыри: Князь Прокопиинъ, Князь Андрей сынъ его, Князь Сенко, сынъ Князя Андрея, Князь Костко, сынъ Князя Сенка, Столника Быбельского» [10, с. 57]. Сучасний дослідник В. Слободян до зазначеного додає: «Існуюча в селі дерев'яна безверха церква, збудована у 1809 р. (за іншими даними — у 1838). Рівноширокі і рівновисокі бабинець і нава вкриті високим спільним двосхилим дахом з ліхтарем і маківкою над навою. Дещо нижчий і вужчий зруб вітваря вкритий нижчим двосхилим дахом. Церкву оточує піддашшя» [23, с. 135–136]. Ремонтована Церква св. Юрія у селі Городисько в 1904 та 1989 рр.

Цікавим також є той факт, що у науковій літературі є відомості про існування монастиря в Библі: «Библо (пов. Перемишль) (Коссак 177)» [10, с. 47]. «Библо, Святого Воздвиження, чол. в обв. Перем. О том монастырку згадує Помяник Креховской» [9, с. 42]. Однак, на нашу думку, не можна одностайно стверджувати, що це сьогоднішнє село Библо. Адже поселення на території сучасного села Нове Місто колись мало назву Библо. Або ж це може належати до сьогоднішнього с. Городисько (коло Нового Міста), де є давньоруське городище і відомості про монастир. Крип'якевич І. у цій же праці вказує й на монастир коло Городиська.

Проте о. Михайло Ваврик, ЧСВВ зазначає, що: «До таких старинних монастирів у безпосередньому сусістві Перемишля треба зараховувати в першій мірі обитель Ч. Хреста в с. Библі на границі перемиського й добромильського повітів. Хоч докumentальні дані про неї маємо щойно з половини 15-го ст., то на підставі залишків із колишньої монастирської будови, зібраних у 1936 р. проф. Богданом Загайкевичем у перемиському музею «Стривігор», головно старинної обрібки каміння, можна його постання відсунути навіть у княжу добу. Звідси теж вийшов знаний «Бибельський Апостол», написаний приблизно на початку 14-го століття, що до війни зберігався в бібліотеці Наук. т-ва ім. Шевченка у Львові як цінна пам'ятка до історії української мови й давнього письменства. В його сусістві було більше монастирів, з яких належить згадати принаймні «Монастир» біля Городища (тепер: Городисько), що містив родинний гробовець князів Бибельських іще з 14-го ст., і другий коло села Трійці. В такім окруженні бобельський монаший осередок проіснував до 17-го століття, як вносити з другої бибельської пам'ят-

ки, рукописного Ірмологіону, що свого часу зберігався в місцевій церкві» [3, с. 91]. Цього питання також торкається у дослідженнях І. Мицько: «Не виключено, що і знаний пергаментний Бибельський Апостол поч. XIV ст. первісно зберігався в недалекому від Библа Городиському монастирі» [15, с. 160].

Ще один важливий момент ми вважаємо за необхідне зазначити, а саме про «Бибельський апостолапракос». Зокрема, В. Любашенко згадує християнський корпус давніх Галичини і Волині біблійно-богослужбових пам'яток (Новозавітні тексти), а серед них: «Бибельський апостол-апракос, XIV ст. Ще один уривок з Апостолу, датованого XIII ст., згадує Ю. Шевельов» [13, с. 183].

Крім цього, дослідник В. Слободян, описує церкву Воздвиження Чесного Хреста в теперішньому селі Библо коло Нового Міста, поблизу села Комарович: «Найдавніші відомості про церкву походять з 1507 р. Існують згадки і про монастир. Ерекційні документи парафія отримала у 1767 р. Теперішня дерев'яна тризрубна безверха будівля з маківкою на віжечці двосхилого даху нави збудована у 1825 р. По другій світовій війні з 1957 по 1989 р. церква стояла зачиненою» [23, с. 412]. Тому, ми можемо стверджувати, що діяло, очевидно, два монастири: один коло села Городисько, а інший — в селі Библо. Лише не відомо чи у сучасному Библі, чи в колишньому, яке тепер носить назву село Нове Місто. Проте можна одностайно ствердити, що ці монастири «можна відносити ще до часів української державності» [3, с. 91].

Не менш цікавим є той факт, що у даній місцевості (у с. Боневичі) існувала друкарня (так звана Добромильська друкарня), про яку й сьогодні згадують у пресі, зокрема Г. Пагуляк [20]. Крім цього, професор М. Кріль у монографії «Старосамбірщина: історія і культура» зазначав, що у 1611–1617 роках у селі, яке належало Гербуртам, була друкарня, де виходили книги: історичні праці й полемічні трактати латиною, мовою тогочасної західноєвропейської науки [11, с. 125].

Отже, територія, що сьогодні належить до сільської ради села Нове Місто на той час була досить розвинутою. Не випадково, у 1463 р. Нове Місто отримало Магдебурське право. Наприкінці XV ст. власником Нового Міста був Ян Хрицько. Зокрема, існує «Акт продажу власником Библа Іваном (Грицьком) колишнього війтівства міщенам», датований 1497 р. [6, с. 219–222].

У XVI ст. містечко належало Скорутам Новоміським, а пізніше Красінським, між якими з 1606 р. велася запекла боротьба за поділ майна.

З XVI століття відомі печатки з гербом Нового Міста — родовим знаком Новоміських «Прус Другий, або Вільче-Коси» (на червоному тлі дві срібні коси, перехрещені й увінчані срібним п'ятикутним хрестом). У XVII ст. малюнок герба дещо спростився — на ньому залишилися тільки дві перехрещені коси (саме в такому вигляді герб було подано до цісарського затвердження у 1791 р.). У дослідженні Сварник І. також зазначено: «Герб Наленч протягом 400 років незмінно вживало на всіх печатках, а їх виявлено 6 за 1534–1912 рр., Нове Місто (початково воно називалося Бибель чи Библо). Щоправда, в XVI–XVII ст. Наленч увінчував хрестик, який згодом зник, у XVIII ст. була спроба запровадити до герба ще й польського орла, на грудях якого був щиток з гербом міста, але нововведення не прижилося. Натомість у XIX ст. над щитом вмістили корону. Зміна власника міста (у XVI–XVII ст. Новим Містом володіли Скорути, Новоміські, Красінські) не призводила до зміни герба. Сучасна польська дослідниця Х. Палюх, щоправда, вказує, ще Жегота Паулі занотував інший герб, Гоздава чи Бонарова (подвійна лілія), але не робить посилення і не наводить такої печатки. Хирів попри зміну власників, також зберіг герб Оссолінських — Топір» [21, с. 89].

Отже, дана місцевість була достатньо розвинутою, адже Нове Місто користувалося магдебурзьким правом. А це означає, що у той час процвітали різноманітні ремесла,

торгівля, жили заможні люди. Сьогодні ще можна побачити деякі із тих часів збережені історико-культурні об'єкти: церкви (в селах Боневичі, Грабиниця, Городисько, Нове Місто), костели (в селах Грабиниця та Нове Місто), міську ратушу (в Новому Місті), давні панські будівлі (наприклад, в Новому Місті у колишньому маєтку знаходиться приміщення пошти, яке потребує реставрації) тощо.

На нашу думку, варто зазначити, що церква Успення Пресвятої Богородиці у селі Нове Місто датується 1908. Попередня дерев'яна тризрубна одноверха церква походила з 1775 р. У 1901 р. заходами о. Стефана Макара і під його наглядом розпочалося будівництво мурованої, хрещатої в плані одноверхої церкви в стилі «Rohbau» — однієї з найкращих цього типу споруд в Галичині, завершене у 1908 р. Стару церкву розібрали в тому ж році. Давніше, у XVIII ст. в селі існувала ще дочірня церква Пресв. Трійці [23, с. 134]. Імовірно, що цю церкву було перенесено зі села Комаровичі [25, с. 306].

У селі Грабиниця функціонує інша церква св. Кузьми і Дем'яна XVIII ст. «Існуюча вже у 1507 р. окрема парафія була приєднана до Передільниці у 1788 р. Церква дерев'яна тризрубна одноверха церква, завершена піраміdalним наметом з маківкою над навою, ремонтувалася в першій половині XIX ст. Деякі шематизми датують її 1810 р. З 1955 по 1989 р. церква стояла зачиненою і відправи відбувалися перед нею» [23, с. 138].

У селі Боневичі також є Церква святого апостола Филипа 1854 р. «Вперше згадується у документах 1507 р. Попередня дерев'яна церква походила з 1702 р. У 1854 р. (за іншими даними 1847 чи 1838) році була збудована існуюча дерев'яна тридільна безверха будівля. Нава і рівно широкий з нею бабинець вкриті спільним двосхилим дахом, увінчаним невеликим ліхтарем з маківкою на гребені. Ще менший ліхтар вінчає нижчий гребінь двосхилого даху вівтаря. Церква відновлювалася у 1908 р.» [23, с. 135].

Однак, сьогоднішній стан деяких історико-архітектурних пам'яток насторожує. На жаль, держава не виділяє на реставрацію коштів, а місцеві мешканці своїми силами і на свій розсуд їх підтримують, щоб цілковито не знишилися.

Не тільки вітчизняного, але й закордонного туриста може привабити костел Святого Мартина, який побудовано у с. Нове Місто. «1433 роком згадується дзвіниця дерев'яного парафіяльного костелу, який знищили у 1498 р. татари та волохи. Проте уже у 1512 р. почалося будівництво нового храму. У 1602 році встановлено дерев'яний головний вівтар, 1606 року вівтар св. Анни, а у 1617 р. — вівтар св. Станіслава. 1610 року розміщено орган. 21.04.1639 р. костел та вівтар освятили. У протоколі візитації парафії від 1642 р. згадуються, зокрема, каплиця Добриницьких та той факт, що храм був оточений земляним валом». [2, с. 192-193]. Історія римо-католицької парафії на Старосамбірщині є цікавою і може бути використана при складанні окремого туристичного маршруту. Адже навіть на території Новоміської сільської ради функціонують сьогодні два костели. Другий діє в селі Грабівниця. Публічну каплицю у Грабівниці «збудували та освятили 1909 року. Місцева римо-католицька громада належала до парафії Нове Місто. Не зважаючи, що тривалий час святиня використовувалася не за культовим призначенням, вона збереглась у хорошому стані; повернули її на початку 90-х, а відкрили у 1991 р. під титулом Святої Родини. Нині духовні потреби католиків латинського обряду Грабівниці, як і до II світової війни, обслуговує настоятель парафії з Нового Міста» [2, с. 79].

На польськомовних єврейських сайтах сьогодні також можна прочитати інформацію про те, що у Новому Місті колись функціонувала синагога «Synagoga w Nowym Mieście Przemyskim powstała przypuszczalnie w połowie XIX w., wraz z powstaniem samodzielnej gminy żydowskiej. Została zniszczona podczas II wojny światowej. Po wojnie nie została odbudowana» [27].

У 1872 р. коло сіл (сьогодні — Новоміської сільської ради) прокладено залізницю, що з'єднувала Львів з Будапештом, так звану першу угорсько-галицьку залізницю. І потрібно сподіватися, що вона й надалі використовуватиметься за призначенням.

Отже, історія сіл, які належать до сільської ради села Нове Місто є давньою та потребує ще детальнішого вивчення. Багато історико-культурних пам'яток сьогодні потребують реставрації, відновлення та застосування в сферу туризму. На нашу думку, в цій місцевості можна було б розвивати також вітчизняний зелений туризм (гірська річка Вирва, ліси, стави), агротуризм (існує агрофірма, приватний сектор достатньо розвинутий), а й при налагодженні інфраструктури (особливо доріг, які ремонтувалися в радянський час) — міжнародний (наприклад, ностальгійний) туризм.

Література

1. *Батицький Т. І.* Рідний край (З рукописів Батицького Тараса Івановича — визначного знавця місцевості) [Електронний ресурс] / Батицький Т. І. — Режим доступу: http://novemisto.at.ua/index/pam_jati_batickogo_tarasa/0-33.
2. *Бучек М., Седельник І.* Львівська архідієцезія латинського обряду [Текст]: ілюстрована розповідь. Том 1. Парафії, костели та каплиці (Львівська обл.) / Єпископ Мар'ян Бучек, Ігор Седельник. — Львів, 2004. — 322 с. — ISBN 966-8800-05-2.
3. *Ваврик М.* Василіянські монастири в Перемиській землі [Текст] / о. Михайло Ваврик, ЧСВВ // Перемишль: Західний бастіон України: Збірник матеріалів до історії Перемишля і Перемиської землі зладженний редакційною колегією під проводом Проф. Б. Загайкевича / о. Михайло Ваврик, ЧСВВ. — Нью Йорк-Філаделфія; Перемиський Видавничий комітет, 1961. — 414 с.
4. Головний європейський вододіл [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
5. *Горбовий В., Масляк М.* Библио / Володимир Горбовий, Микола Масляк // Старосамбірщина [Текст] : альманах. Т. 2. — Львів : Місіонер, 2002. — С. 295–303.
6. *Горбовий С.* Середньовічні містечка Старосамбірщини / Святослав Горбовий // Старосамбірщина [Текст] : альманах. Т. 2. — Львів : Місіонер, 2002. — С. 203–222.
7. *Грушевський М.* Причинки до історії роду Бибельських, зібрані арцибіскупом львівським Яном Прохніцким. (До друку приладив М. Грушевський) // Розвідки й матеріали ДО ІСТОРІЇ УКРАЇНИ-РУСИ. V. Відбитки з Записок Наук. Товариства ім. Шевченка р. 1901–4 і Жерел до історії України-Руси, т. VII. — Львів : З друкарні Наукового Товариства ім. Шевченка, 1905. — С. 1–12. — С. 4.
8. *Конопля В., Маковський І., Хомічак Р.* Нові пам'ятки епохи каменю в доби бронзи Бойківщини / Віталій Конопля, Ігор Маковський, Роман Хомічак // Бойківщина : історія та сучасність [Текст] : Матеріали міжнародного історико-народозначного семінару «Населення Бойківщини у контексті загально карпатського етнокультурного розвитку», Самбір, 14–16 вересня 1995 р. — Львів-Самбір, 1995. — С. 35.
9. *Коссак М.* Монастирі Галичини (Публікація є передруком «галицької», довідникової частини праці: Коссак М. Шематизм Провінції св. Спасителя Чина св. Василія В. в Галиції и Короткий Погляд на монастири на Монашество Руске, от заведения на Руси Віри Христової аж по нынешное время [Текст]. — Львов, 1867. — С. 5–32, 135–195, 204–210) / Михайло Коссак. — 1999. — № 7. — С. 41–55.
10. *Кріп'якевич І.* Середньовічні монастири в Галичині. Спроба каталогу (Передрук із Записок Чина стого Василія Великого [Текст]. — Жовква, 1926. — Вип. 1–2. — С. 70–104) / Іван Кріп'якевич // Лавра. — 1999. — № 5. — С. 45–64.
11. *Кріль М.* Старосамбірщина: історія і культура [Текст] / Михайло Кріль. — Львів : Піраміда, 2009. — 600 с. — ISBN 966-8347-49-8.
12. *Лоза Ю.* Територіальний устрій Руси-України (Х–XIII ст.) [Атлас] / Юрій Лоза. — К. : Мапа, 2012. — 56 с. — ISBN 966 7743-53-5.
13. *Любащенко В.* До питання про зведеній каталог християнських рукописів Галицько-Волинської держави (історіографічний аспект) [Текст] / Вікторія Любащенко // Княжа доба: історія і культура / Інститут українознавства ім. І. Кріп'якевича НАН України, Відп. ред. Я. Ісаєвич. — Львів, 2008. — Вип. 2. — (С. 167–193). — С. 183.

14. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг [Текст] : підруч. — К. : Знання, 2008. — 662 с. — ISBN 978966-346-327-8.
15. Мицько І. Книжність і книжники / Ігор Мицько // Старосамбірщина II [Текст]: альманах. — Старий Самбір, Львів : Місіонер, 2002. — С. 160–175.
16. Мицько І. Край обителей / Ігор Мицько // Старосамбірщина II [Текст]: альманах. — Старий Самбір, Львів: Місіонер, 2002. — С. 120–144.
17. Нове Місто // Історія міст і сіл Української РСР. Львівська область [Текст] / Редак. колегія тома: Маланчук В. Ю. (гол. редактор), Гnidюк М. Я., Дудикович Б. К., Івасюта М. К., Кріпякевич І. П., Огоновський В. П. та ін. — Харків : Українська радянська енциклопедія, Головна редакція, 1968. — С. 784.
18. Новоміська сільська рада (Боневичі, Городисько, Грабівниця, Комаровичі, Нове Місто, Посада Новоміська) Старосамбірського району Львівської області : Офіційний сайт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://novemisto.at.ua/index/istorichni_fakti/0-32.
19. Никорович Ю. Церкви та монастири Перемишля та Перемишльської єпархії. (З кн.: Схиматисм всего клира руско-католического Богом спасаемои єпархії Перемышльсько на год от рожд. Хр. 1879. — Перемишль, 1879. — С. 417–426) / о. Юліан Никорович // Лавра. — № 12. — 1999. — С. 50–54.
20. Пагутяк Г. Історія в бур'янах, або Як знишили Добромильську друкарню / Галина Пагутяк // zaxid.net. — Режим доступу : http://zaxid.net/home/showSingleNews.do?istoriya_v_buryanah_abo_yak_znishhili_dobromilsku_drukarnyu&objectId=1229851; Пагуляк Г. Рай і пекло Гербуртів [Електронний ресурс] / Галина Пагутяк // Високий замок. — від 27.06.2011. — Режим доступу : <http://www.wz.lviv.ua/articles/95013>.
21. Рожко М. Оборонне будівництво Бойківщини в княжі часи/ Михайло Рожко // Бойківщина: історія та сучасність [Текст] : Матеріали міжнародного історико-народозначного семінару «Населення Бойківщини у контексті загально карпатського етнокультурного розвитку», Самбір, 14–16 вересня 1995 р. — Львів-Самбір, 1995. — С. 86–88.
22. Сварник І. Сфрагістика й геральдика міст Бойківщини XVI–XX ст. / Іван Сварник // Бойківщина : історія та сучасність [Текст] : Матеріали міжнародного історико-народозначного семінару «Населення Бойківщини у контексті загально карпатського етнокультурного розвитку», Самбір, 14–16 вересня 1995 р. — Львів-Самбір, 1995. — С. 89–90.
23. Слободян В. Церкви України: Перемиська єпархія [Текст] : [Видання присвячене 2000-літтю Різдва Христового] / Василь Слободян. — Львів, 1998. — 864 с. — ISBN 966-02-0362-4.
24. Чайка Р. Городища і замчиська в передгір'ї Карпат / Роман Чайка // Бойківщина : історія та сучасність [Текст] : Матеріали міжнародного історико-народозначного семінару «Населення Бойківщини у контексті загальнокарпатського етнокультурного розвитку», Самбір, 14–16 вересня 1995 р. — Львів-Самбір, 1995. — С. 104–105.
25. Komarowice // Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich. Tom IV / Pod. red. Sulimierskiego F., Chiebowskiego B., Walewskiego W. — Warszawa : Nakładem Władysława Walewskiego. Druk «WIEKU» Nowy Świat Nr. 59, 1883. — S. 306.
26. Nowemiaso // Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich. Tom VII / Pod. red. Chiebowskiego B., Walewskiego W. — Warszawa : Nakładem Władysława Walewskiego. Druk «WIEKU» Nowy Świat Nr. 61, 1886. — S. 227–228.
27. Żydowskiego Instytutu Historycznego poświęconą Nowemu Miastu [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.jewishinstitute.org.pl/pl/gminy/miasto/829.html>.

Анисимович-Шевчук О. З., Бегей О. И.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕЛ СТАРОСАМБОРСКОГО РАЙОНА ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ НОВОМЕСКОГО СЕЛЬСКОГО СОВЕТА)

Проанализированы туристические возможности сел, которые относятся к Новомескому сельскому совету Старосамборского района Львовской области. Сделан короткий экскурс в

историю, в частности, акцентируется на средневековье. Поданое предложения к створению новых туристических маршрутов и использованию историко-культурных объектов в туризме.

Ключевые слова: села, туристические возможности, историко-культурные ресурсы, городище, церковь, монастырь, костел, туризм.

Anisimovych-Shevchuk O. Z., Begey O. I.

**THE TOURISM OPPORTUNITIES OF VILLAGES
OF THE STAROSAMBIR DISTRICT, L'VIV REGION
(EXAMPLE NOVOMISK VILLAGE COUNCIL)**

The tourism opportunities of villages the Novomiskoyi village council Starosambirskyi district, Lviv region are analyzed. The brief excursion into the history done. Particularly in article accentuated on the Middle Ages. The suggestions are given for the creation of new tourist routes and use of historical and cultural sites in tourism.

Key words: village tourism opportunities, historical and cultural resources, town, church, monastery, church, tourism.

УДК 338.483.12:81'373.21(477.83)

Юнко М. М.

ТОПОНІМИ САМБІРЩИНИ ЯК ПАМ'ЯТКИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ПРИКАРПАТТЯ

Проаналізовано топоніми Самбірщини, як історико-культурне явище. Розглянуто соціальні, історичні, природні чинники, які вплинули на формування назв населених пунктів Самбірського району Львівської області.

Ключові слова: топонім, топоніміка, історико-культурна спадщина.

Будь-яке цивілізоване суспільство виявляє інтерес до своєї історії, культури. Таке суспільство відчуває прагнення до самооцінки через вивчення і пізнання історико-культурної спадщини, яка є духовним багатством країни, її історичною пам'яттю, — усім тим, що повинно зберігатися й передаватися від покоління до покоління.

Важливe значення в історико-культурної спадщини України мають топоніми. З давніх-давен люди надавали середовищу, в якому проживали, різні назви, котрі влучно відтворювали особливості тієї чи іншої місцевості, її природні багатства, а також економічні, історичні, культурні та побутові умови життя людей. В минулому назви ніколи не давалися випадково. Наші пращури розуміли, що імена створюють певну ауру навколо людини, впливаючи на її життя.

Вивчення географічних назв становить значний науковий інтерес і може бути використано з туристичною метою. Топоніми знайомлять нас з особливостями географічного положення краю, з характером землі, річок, озер, рослинного і тваринного світу, з життям, культурою і побутом народу, його господарською діяльністю, з історичними подіями, місцями героїчної боротьби за національну й соціальну незалежність. Топонімічні назви передають самобутню неповторність поселень в усіх його вимірах (географічному, ландшафтному, кліматичному, виробничому, культурному, історичному тощо). Тому, вони зацікавлять вітчизняного та зарубіжного туриста.

Галузь знань, що всебічно вивчає географічні назви, їх походження, смислове значення, зміни в написанні, вимову, називається топонімікою. Багато географічних назв прийшли до нас з давнини, тому топоніміка — це ніби мова землі, яка розповідає про її багатства, історію і культуру, таємниці, щасливі та трагічні періоди життя чи іншого народу. Отже, топоніми є цінними пам'ятками культури, які так само, як і архітектурні пам'ятки, потребують вивчення, дослідження та державної охорони.

Топонімічним розмаїття славиться українське Прикарпаття, яке має своєрідну й унікальну систему назв, що увібрала в себе мовні елементи багатьох народів, які мешкали тут в різні історичні часи. Надзвичайно характерними у цьому сенсі є назви міста Самбір і сіл Самбірського району Львівської області.

Метою статті є характеристика топонімічних назв деяких населених пунктів Самбірського району Львівської області як самобутніх і унікальних пам'яток історії, світової і вітчизняної культури.

Вивчаючи історико-культурну спадщину регіону натрапляємо на цікаві іменування містечок, сіл, присілків, урочищ тощо. Топонімічні назви цього краю пройшли складний шлях розвитку і утворення. Одні з них мають давнє походження й збереглися такими дотепер, другі дещо змінилися, адаптувавшись до реалій дня, інші назавжди зникли у вирі історичних подій. Значна їх частина успадкувала топоніми, які творили народи, що жили тут з давніх часів. Проте, багато назв утворилося в результаті мовного впливу інших народів, які оселилися згодом. Особливо позначились на їх формуванні польська, австрійська та татарська топонімії.

Роль у становленні науки про географічні назви належить російському вченому В. Никонову, який написав ряд основних робіт з топоніміки з використанням мовознавства, географії та історії. У його книзі «Введення в топоніміку» закладено основи теорії науки в географічних назвах, а в «Короткому топонімічному словнику» вперше представлено опис значної кількості географічних назв. Свій внесок у розвиток української топоніміки зробили такі дослідники, як М. Янко, А. Коваль, В. Горпинич, М. Худаш та інші. Загальними джерелами матеріалу з української топоніміки є: «Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich» (1880–1914), «Топонімічний словник-довідник України» (1998), автором якого є М. Янко, «Russisches geographisches Namensbuch» за ред. М. Фасмера і Г. Броєра (1962, український матеріал змішаний з російським). Довідником різних, не тільки українських географічних назв є «Словник географічних назв» М. Боднарського.

Топоніміку окремих сіл Самбірського району аналізували у своїх дослідженнях автори І. Крип'якевич, Ю-Є Рабій, І. Михальчишин, В. Семчишин, Л. Проць, В. Голинський, Б. Виханський, Б. Токарський, І. Волчко-Кульчицький, В. Лаба. Проте окремої системної праці, присвяченої топонімічним назвам населених пунктів Самбірського району немає. Необхідно зазначити цікавий доробок науковців української діаспори, які, вивчаючи Самбірщину як свою рідну землю — бойківський край, знаходили пояснення деяким назвам сіл, в яких народилися та проживали їх предки. Це, зокрема, В. Луців, В. Кобельник, В. Мацьків, та багато інших, хто себе вважає принадежним до «бойківського племені».

В дуже незвичний для топоніміки спосіб довелося з'ясовувати походження назви міста Самбір, оскільки такого багатозначного тлумачення не має жодна інша назва. Саме цей топонім є взірцем поєднання трьох топонімічних аспектів, історичного, географічного і лінгвістичного.

Походження назви Самбір (колишнє Погонич, Новий Самбір) остаточно не встановлено. Існує ряд гіпотез. Згідно однієї, назву Самбір виводять від словосполучення самі бори, (самі ліси), оскільки, зелені бори (непрохідні ліси) вкривали майже всю округу. Колись ялиновий ліс був єдиним надбанням міста. Інші дослідники вбачають у найменуванні дослов'янське «злиття, стикання», споріднене з іллірійським у тому ж означенні: біля Самбора зливаються дві річки — Дністер і його притока Яблонка, і вважають що таке тлумачення більш ймовірне. Існує ще декілька пояснень: від давньоукраїнського «собор» — збори, віче тощо; від «самбірки» — роду верби з червоним пруттям, що росла в гаях над ріками; від назви кам'янисто-піщаних осипиш — «самборів»; від назви племені «сабірів», яке кочувало по Галичині в IV столітті [1, с. 196]. Є й такі думки про походження цього топоніма. «Самбір» — найстаріший тип оборонної споруди, яка є проїздною (воротною) вежею, що завершується приміщенням для сторожі. Старослов'янське «самбора» асоціювалося з житлово-оборонною вежею, передовим форпостом оборонних комплексів або захисних систем», бо місто розташоване на важливому торговельному шляху і мало завдання обороняти край від нападу ворогів [2, с. 7].

За стародавнimi народними переказами, місто засноване жителями Старого Самбора. Після спалення рідного міста в XIII ст. татаро-монголами, частина жителів, переважно ткачів, переселилася за 18 км на північний схід у вже створений на той час посад Погонич, обнесений охоронними валами і частоколом. У XIV ст. Погоничу було дано другу назву — Новий Самбір, пізніше Самбір. Колишній Самбір перейменовано на Старий Самбір. Обидва міста мали іще одну назву: Старе Місто і Нове Місто [3, с. 640].

Історія Самбірщини багата на історичні події та пов'язана з іменами значної кількості видатних особистостей. Проаналізувавши назви населених пунктів Самбірського району з точки зору відображення його історії, можемо в окремити наступні наймену-

вання — Городище, Садковичі, Стрілковичі, Сусолів, Рогізно, Мала Озимина та ін. Назва села Городище походить від слова «укріплення», ймовірно, давньоруського походження. В Київській Русі городищами звалися поселення, укріплені валами і ровами. Село Садковичі має наступне пояснення: слово «садик» означає «вірний, відданий» (також «садакали»). Чи не жили тут вірні тюркам племена, можливо, місцеві, які обіцяли вірно служити? [4, с. 21]. Історична довідка подає інформацію, в якій зазначено, що «перша письмова згадка про село відноситься до 1439 р. Біля села є озеро з цікавою назвою Яма і річка Стравігор. На цій території у 1967 відкрито родовище газу» [3, с. 686].

Своєрідне пояснення назви має село Стрілковичі. За переказами, в околицях цього села знаходилися стрільбища, на яких тренувалися бійці. Звідси пішла назва села. З інформаційних джерел дізнаємося, що село під назвою Стрілковичі вперше згадується в письмових джерелах за 1442 р. Проте, з документа за 1395 р. (привілеї, видані Спитком із Мельштина) видно, що на місці Стрілковичів вже існувало поселення, яке складалося із 30 дворів. [3, с. 686]

Село Сусолів (колишня назва Сусулів) історично відноситься до 1559 р. Під час визвольної війни українського народу 1648–1654 рр. через Сусолів, Подільці, Задністряні проходили козацькі війська Б. Хмельницького [3, с. 687].

Ще одна назва пов'язана з історією краю. Йдеться про село Рогізно, яке складається з трьох частин; головна частина називається просто Село, південна частина (простягається від центру села до річки Болозівки) — Родзина, тобто родина (до війни заселена переважно поляками) і західна частина — Кольонія (до війни тут жили німецькі колоністи). Неподалік горішнього (північного) кінця села в лісі розташована гора, за назвою Біла гора. Колись з-під неї витікав струмок з ропою (насичений соляний розчин). Місцеві мешканці використовували його для своїх господарських потреб.

Село Малу Озимину пов'язують з родиною Франків, яка подарувала Україні видатного каменяра, І. Я. Франка. «...Нащадки Каменяра прибули до Нагуєвич з іншого населеного пункту. У своїй монографії Р. Горак і Я. Гнатів припускають, що батківщиною Франків могло бути село Озимина, розташоване неподалік від Нагуєвичів. В актах економії, датованих XVIII ст., що стосуються мешканців цього населеного пункту, справді знаходимо носіїв прізвища Франко. Згадане село вже існувало наприкінці XIV ст. й було центром окремої Озиминської волості, що промовляє на користь його давньоруського походження. Аналізуючи номенклатуру податків та повинностей, що відбували громади сіл самбірської економії, В. Інкін виділяв кілька типів сіл: волоського, німецького права та села руського права, які у XVI ст. королівські ревізори ототожнювали з німецьким. До останньої групи належала Озимина. Абсолютна більшість мешканців цього населеного пункту визнавала православне (згодом греко-католицьке) віровчення (у селі не було костьолу, лише церква) й використовувала властиві для корінного населення імена: Іван, Фед'ко, Яцько, Васько, Михайло тощо [5, с. 11–13].

Природа Самбірщини вражає розмаїттям, що відображене в географічних назвах. Насамперед це стосується рельєфу. Багато назв, таких як, наприклад, Береги, Верхівці, Нижнє, Нагірне, Погірці, Загір'я, Заріччя, Подільці, та інші увібрали в собі відчуття природи та ставлення до неї людей, які народилися і жили на цій землі.

Топоніми населених пунктів походять від назви водойм, на яких вони знаходяться. Існує деяка залежність між кількістю назв міст чи сіл і площею водойм: чим більша річка, тим більше на ній географічних назв населених пунктів. Самбірщина багата на річки, озера, ставки, а її північна частина — на болота, що позначилося на географічних назвах. Наприклад, село Сприня, народилося в мальовничому куточку природи. Оточене хвойним прикарпатським лісом, дуже схоже на природну фортецю. Річка Спринька,

що пливе до Дністра з правого боку села, робить його по особливому туристично привабливим. Природну красу села доповнює історична подія. У лісі біля села 11–15 липня 1944 р. було створено Українську Головну Визвольну Раду (УГВР). На цьому місці в лісничівці відбувся перший Великий Збір УГВР на якому були прийняті документи: Тимчасовий устрій, Платформа, Універсал УГВР, Присяга вояка УПА. В розкошах цієї «української природи» були обрані Президент УГВР Кирило Осьмак, віце-президент Іван Вовчук. Засновниками і учасниками Збору були: Микола Дужий — секретар, Омелян Логуш, Катерина Логуш, Василь Потішко, Павло Турона, Лев Шанковський, Павло Шумовський, Петро Чуйко. Сьогодні тут знаходиться спортивно-оздоровчий табір ім. Кирила Осьмака, клуб відпочинку, в якому розміщені експонати про історію крайового визвольного руху, поруч відбувається будівництво стилізованої криївки. З історичної довідки знаходимо пояснення топоніма». ...Зг. 1565 року в нап. Sprinya; 1785-1788 pp. Sprynia Wielka і паралельно Sprinya Mala. У кінці XVIII поч. XIX ст. існувало два населених пункти — Сприня Велика і Сприня Мала, або Спринька, які згодом злилися в одне село Сприню, назва якого виникла семантично від назви одноіменного потоку [6, с. 351]. Народна етимологія подає свою версію назви села, яка побутує серед більшості місцевого населення. За переказами назва походить від того, що тут відбувалася битва між турками і австрійцями. На цій території війська домовилися про перепочинок («тут вони спинилися»). Отже, слово «сприня» означає «спин», «спинитися». Така думка має право на існування, оскільки є частиною його історії і культури. Можливо вона обумовлена унікальною пам'яткою — дерев'яною церквою Св. Миколи (1750 р.), що стоїть на рівній ділянці правого берега р. Сприня. Дерев'яна церква у Сприні має своєрідну об'ємно-просторову побудову: найцікавіша — передня частина з емпорою та опасанням, плюс розширені вітварні частини, плюс виразний силует [7]. А ще вона — найстарша в околиці за віком

Рослинність Прикарпаття, її видовий склад, вплив людини на природне середовище обумовило ряд топонімічних назв, зокрема це села Берестяни, Вільшанка, Дубрівка, Бірчиці, смт. Дубляни, Калинів, Лоушно, та інші.

Деякі села отримали імена за різними місцевими ознаками: По гирлу річок Стрвяж, Черхавка, Болозівка та по частині берегів простелилися села Луки, Береги, Заріччя, Лука (Озерне). Нава одного із них, а саме села Лука має двояке тлумачення: «семантично від апелянта лука в якомусь із омонімічних значень: 1. Рівна місцевість, вкрита трав'янистою рослинністю, що розвивається протягом всього вегетаційного періоду; 2. Дугоподібний вигин русла ріки або берега ріки» [6, с. 145]. В назвах населених пунктів Баранівці й Звір збереглися назви тварин.

На території Самбірського району поширені топоніми, що відображають вид виробництва в минулому. Як правило, вони вказують на наявність природних ресурсів у певній місцевості, а також на те, якими ремеслами, професіями володіли місцеві мешканці. Тому, їх значення не тільки пізнавальне, а й прикладне. Такими є назви сіл Млин, Копань, Лановичі. Про виробництво заліза із болотної руди на Самбірщині свідчать назви місцевостей Рудки, Рудня. Топонім Рудки походить семантично від гідроніма Рудки, від ап. Рудки, плурального утворення — від Рудка. Рудка — від вихідного руда. Руда — місцевість з болотною рудою, або від назви одноіменних потоку чи річки [7, с. 222]. За деякими науково-довідковими джерелами, назва Рудки є зменшеною формою від поширених у слов'янських племен назв боліт, у ґрунті яких виступала рудувата або червонувата глина —rudava, ruda. Подібна болотяниста смуга утворилася вздовж південного краю колишнього Рудківського повіту, що, очевидно, вплинуло на виникнення назви Рудки. Отже, цілком закономірно, що назва «Рудки» походить від

покладів глини рудого кольору, яка раніше активно використовувалась у будівництві. Вигідне розташування на торговому шляху зі Львова до Самбора і родючість ґрунту сприяли заселенню Рудок. З 1645 року Рудки згадуються як місто. У першій половині XVIII століття Рудки отримали магдебурзьке право, що остаточно узаконило їх становище як міста. Протягом кількох століть, аж до закінчення Другої світової війни, містечко Рудки знане було як місце паломництва до чудотворного образу Богоматері, який містився в парафіяльному костелі. Ікона потрапила сюди завдяки рудківському поміщику Єжи Чурилу. У 1612 р., після чергового татарського наїзду на Поділля, ікона чудом збереглася на згоріщі церкви. У католицькому храмі в Рудках образ знайшов нових численних шанувальників. Проте історія чудотворної ікони вимагає окремого дослідження. У 1728 р. в Рудках вимурували римо-католицький костел Успіння Пресвятої Богородиці, куди й перенесли чудотворний образ. Сьогодні в храмі зберігається копія чудотворної ікони Божої Матері. В підземелях костелу похованій відомий діяч польської культури О. Фредро.

Топонім села Рудня походить семантично від ап. Рудня «місце видобування залізної руди», або «місце, де з залізної руди плавили залізо» (поселення, де видобували болотну руду та виплавляли чавун) [6, с. 222].

Раніше на Самбірщині було розвинуте рільництво. Село Лановичі відоме як урочище рільників. Тому, не випадково топонім виводять семантично від слова «лан», що походить від апелянта лан, в значенні ділянки оброблюваної землі в межах 10–30 десятин як «міра площини» та в значенні «безліса рівнина», «рівний широкий простір; поле» [6, с. 134].

Підгайчики — «село під гаєм» здавна славилось як землеробське. Топонім багатозначний. У документі середини XIV ст. — грамоті короля Казимира, написаній на староукраїнській мові, село згадується у словосполученні «путь Подгаєцький», тобто, шлях, дорога Підгаєцька. Дорога Підгаєцька — значить село називалося Підгайці. У документах XVI–XVII ст. село теж називають Підгайче, або Підгайці. Але в Йосифінській метриці, в 1787 році, село носить назву Підгайчики... З чим ця назва села пов’язана поки що невідомо [9, с. 11–12].

Збереглися топоніми культового походження, пов’язані з релігійними традиціями, з церквами та монастирями, зокрема з тими, які вже втрачені. А, тому лише ім’я зберігає пам’ять про священні місця. Села Монастирець, Нагірне — безперечно є об’єктами релігійного туризму. Топонім Монастирець, ймовірно, походить від назви споруди. В джерелах знаходимо, що походження назви села пояснюють можливістю існування кількох монастирів, що були колись впродовж річки Сприньки [2, с. 685]. 16 травня 1402 р. Єлизавета, вдова по краківському воєводі Спиткові, грамотою надала священикові Андрієві з Черхави монастирцеве дворище замість відібраного монастиря в Черхаві [1, с. 521]. Є згадки про існування в селі Нагірне (Угерці Заплатинські) монастиря. У 1618–1619 рр. тут діяла друкарня, в якій священник Павло Люткович та монах Сильвестр опублікували декілька книжок, зокрема, у 1619 р. «Короткий хронологічний літописець» [8, с. 552].

Велику групу назв населених пунктів Самбірського краю становлять топоніми що походять від власних імен (антропонімів). Такі топоніми говорять про приналежність даного населеного пункту якійсь особі або роду. Вони виникли в народних масах стихійно, стали традиційними і звичними. Назва села П’яновичі не може мати щось спільного з п’яними людьми. Чи не від тюркського слова «пай», що має таке ж значення в українській мові. Пайновичі — люди, які отримали свою частку землі? Хіба так виникло це поселення в період переселення народів [4, с. 21].

Від власних імен походять назви сіл Максимовичі, Михайлівичі, Шептиці, Ралівка (до 1946 року село носило назву «Радиловичі, Радловичі»), Хлопчиці, Кульчиці та ін. Перша згадка про село Кульчиці дуже давня, десь з 1284 р. Село заснували учасники

походів, що походили з лицарів герба Драго-Сасів. Як стверджують дослідники, це слов'янський рід, що жив на території, яку завоювали в Х ст. німецько-саксонські феодали. Його представники прибули на наші терени за часів королів Данила та Лева. Історія роду нараховує понад 1000 років [6, с. 1].

Мальовниче село Шептичі поблизу якого протікає річка Вишенка, одне із найстаріших сіл України. Відоме як родовий маєток Шептицьких. 12 квітня 1469 р. в Городку польський король Казимир IV Ягеллончик надав Федору Шептицькому та його внукам Федору, Глібу та Сенькові право власності на Шептичі, Вощанці та Канафости.

Топонім села Мала Білина має складну назву, у якій компонент — означення Малі протиставляє її назві с. Білина за малим, меншим від нього розміром. Назва походить ймовірно від «біле», як означення, позначення села за ознакою кольору (можливо побіленими будівлями). Інший варіант: опорний компонент Білина — це семантичне утворення від *Bhluna*. Первинне значення «населений пункт, у якому проживає або володіє *Bhluna*») [6, с. 23].

Ряд топонімів носить ім'я і зберігає добру пам'ять про людей, які колись освоювали цей край. Чайковичі розташовані на лівому березі річки Дністра, за 8 км. на південь від міста Рудок. Назва села походить від перших поселенців — Чайковських, рід яких згадується в грамоті польського короля Казимира III Великого від 1349 року. Цікавий поділ села на частини за місцевими назвами. Ще з давніх часів Чайковичі були поділені на дві частини — в одній жили селяни-кріпаки, в іншій дрібна застінкова шляхта, рід Czajkowskich (Чайковських) герба Сас і Дебно, і Horodyskich (Городиських) герба Корчак. Умовний територіальний поділ на «шляхту» і «хлопи» зберігся через радянські часи до сьогодення. З роду Чайковських походив український письменник, громадський діяч Чайковський Андрій Якович. За однією з версій, тут народився між 50–70-ми роками XVI століття Памво Берінда (світське ім'я Павло) — діяч української та білоруської культури, мовознавець, лексикограф, письменник, поет, друкар і гравер. У селі до цього часу живуть люди з таким прізвищем. За переказами жителів села, у грудні 1937 року на склі вікна хати шляхтича Якова Городиського з'явився нерукотворний образ Матері Божої з Ісусом. Чайковичі стали місцем паломництва. У 1998 році на цьому місці побудовано капличку. Походить від імені першого поселенця Купно назва села Купновичі та від прізвища першого поселенця Чукви назва села Чуква [3, с. 685–687].

Самбірщина — багатонаціональний край, що, в свою чергу також позначилося на його топоніміці. Тут можна виділити етнонімічну (за найменуванням племен, народностей, націй) групу топонімів до числа якої належать такі села, як Дубляни, Чуква (Котковичі), Стрілковичі, Дубрівка... З'явилися в кінці XIV — на початку XV ст. і їхнє становлення відбувалося за активної участі німецькомовного елемента, що, ймовірно, прибув зі Шлезвігу та південнонімецьких земель. З роками колоністи асимілювалися, однак ця асиміляція відбувалася в напрямку полонізації. На XVII–XVIII ст. жителі тієї ж Чукви, Дублян, Стрілкович тощо вирізнялися з-поміж решти місцевого населення принадлежністю до римо-католицької церкви та іншими атрибутами польської ідентичності, зокрема своїми іменами та прізвищами. Наприклад, у 1585 р. з-поміж 27 селян Стрілкович троє називалися Марцинами, 5 — Станіславами, 2 — Шимонами, 2 — Томашами, по одному Вавжинцю, Блажеку, Йозефу. Мешканцями Чукви були Вавжик, 5 Войтків, 5 Марчинів, Янек та 3 Яни, Собек, Фабек, 2 Блажеки, 3 Шимеки, Ганус, Гресь, Томек, 3 Яськи [5, с. 11–13]. Є тут бойківські села. За часів Княжої доби на Бойківщині вони були городищами: Лукавиця, Кружики, Лопушна, Максимовичі, Мала Хвороща [10, с. 20]. Село Мала Хвороща Складна назва, в якій компонент — означення Мала протиставляє її назві Хвороща Велика за меншим, малим розміром. Хвороща, від діал.. ап..хвороща в значенні «хмиз» (пар. Бойківське хвостик зменшено в значенні хмиз) [6, с. 259].

Цікавим є явище переносу топоніму, що мало місце на Самбірщині. Причиною могли бути «нешансні лиха», які зачепили села. Як пам'ять про колишнє місце проживання виникло село Новосілки — Гостинні. Топонім має складну назву, в якій компонент — означення Гостинні протиставляє її назві села Новосілки Опарські (від назви села — Опари), які тепер уже не існують. Проблему становить походження назви Гостинні. Назва села з основою Гост — чи Гостин — поблизу Новосілок Гостинних не виявлено. Тому, можна припустити, що цей компонент походить від прікметника гостинний. Новосілки утворені від вихідного апелянта — новоселець. «Новосельці» — люди, що оселилися на новому місці [6, с. 168]. Походження назви села Пиняни не в повні ясне. Припускають, що топонім з первинного значення означає «вихідці, переселенці з Пельні». Семантично — «населений пункт, який заселяють пельняни» [6, с. 181].

Береже Самбірський край в своїх топонімічних назвах пам'ять про тих, хто вже більше ніколи не повернеться до рідного дому. Та й дому цього вже не мас. Колишній хутір Літомир назавжди залишився в українській історії як символ мужності й відваги. 27 серпня 1949 року хутір був спалений дотла військами НКВД разом з мешканцями та повстанцями УПА. Там, де колись вирувало життя, залишились рости лише старі дерева. Сьогодні про цей маленький населений пункт Прикарпаття нагадує меморіальний комплекс «Літомир», в який входять благоустроєна територія, дубовий хрест, фігура Матері Божої, гранітна плита з прізвищами загиблих від куль енкаведистів борців за незалежність України.

Топоніміка Самбірщини історично формувалась в продовж значного відрізу часу, і містить в собі пам'ятки різних епох та вплив культури різних народів. Свої назви географічні об'єкти часто отримували в залежності від історичних подій, ландшафту, імен і прізвищ людей, від соціальної приналежності і роду занять жителів тощо. У топонімічних назвах населених пунктів знайшли своє відображення не тільки історія та культура регіону, а симбіоз української та європейської історико-культурної спадщини, що створює потенційні можливості для розвитку туристичної галузі, оскільки може привернути увагу всіх тих, хто шукає витоки свого роду, своє коріння.

По пам'ятних місцях першопоселенців, відомих та шляхетних родів можуть бути створені туристичні маршрути.

Назви є предметом як наукових розвідок так і узагальнення накопиченого практичного досвіду. Нерідко ці назви залишили по собі відгомін у легендах і переказах. І все ж, незважаючи на їх примітивність, такі пояснення заслуговують на увагу та вивчення.

Топонімічні назви Самбірського краю є пам'ятками історії, історії мови, її родоводу, лексики живої мови. На жаль, ця пам'ять іноді невідправдано порушується. З різних причин багато назв сіл, присілок, хуторів було замінено іншими або втрачено назавжди. Проте, ряд назв могли мати історичне, географічне чи інше наукове значення. А тому, слід всіляко оберігати ті топоніми, які залишилися, оберігати як пам'ятки історико-культурної спадщини. Сучасний топоніміст М. П. Янко з цього приводу зазначив: «Географічні назви, як ніщо інше, допомагають заглянути за обрії затъмареної давнини, через них і для них побачити горизонт безхмарного прийдешнього. Тому, бережімо їх від зникнення».

Назви населених пунктів Самбірського району є унікальним безцінним джерелом інформації. Більшість із них утворилися в період заснування поселень. Завдяки своїй живучості вони донесли до сучасності закодовані відомості про причини закладення міста чи села на даній території, про межі розселення перших мешканців, про їх приналежність до етнічних груп, про їхню господарність, а іноді й про давно забуті історичні події. Тому, вони є справжнім ключем, що відкриває двері історичної та культурної спадщини, створеної українським народом.

Література

1. Мазур О. Про називу «Самбор» [Текст] / О. Мазур // Альманах Старосамбірщина. — Львів : Місіонер, 2002. — Т. 2. — 364 с.
2. Рожко М. Оборонний спасопреображенський монастир XVII століття в с. Спас [Текст] / М. Рожко // Альманах Старосамбірщина. — Львів : Місіонер, 2001. — 144 с.
3. Історія міст і сіл Української РСР [Текст] : В 26 т. Львівська область / АН УРСР. Ін-т історії; Голов. редкол.: П. Т. Тронько (голова) та ін. и К. : Голов. ред. УРЕ АН УРСР, 1968. — С. 640–687.
4. Лаба В. Історія села Барестянин [Текст] / В. Лаба. — Львів, 2010. — 168 с.
5. Смуток І. Франки в Озимині у XVIII ст. [Текст] : Дрогобицький краєзнавчий збірник / [редкол. Л. Тимошенко (голов. ред.), В. Александрович, Л. Винар, Л. Войтович, Я. Ісаєвич та ін.]. — Дрогобич : Коло, 2005. — Вип. IX. — 620 с.
6. Худаш М. Українські карпатські і прикарпатські назви населених пунктів (відапелятивні утворення) [Текст] / М. Худаш. — Львів, 2006. — 560 с.
7. Громик Віктор. Дерев'яні церкви України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://decerkva.org.ua/2samb.html>.
8. Слободян В. Церкви України. Перемиська єпархія [Текст] / В. Слободян. — Львів, 1998. — 863с. — ISBN № 966-02-0362-4.
9. Голинський В. Історія села Підгайчики Самбірського району на Львівщині [Текст] / В. Голинський. — Львів, 2002. — С. 6–68.
10. Бойківщина [Текст] : Монографічний збірник матеріалів про Бойківщину з географії, історії, етнографії і побуту за ред. Мірон Утриско, Філадельфія. — Нью-Йорк, 1980. — 521 с.

Юнко М. М.

ТОПОНИМЫ САМБОРЩИНИ КАК ПАМЯТНИКИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ПРИКАРПАТЬЯ

Проанализированы топонимы Самборщины, как историко-культурного явления. Освещены социальные, исторические, естественные факторы, которые имели непосредственное влияние на формирование названий населенных пунктов Самборского района Львовской области.

Ключевые слова: топоним, топонимика, историко-культурное наследие

Yunko M. M.

TOPONIMS OF SAMBIR REGION AS THE MONUMENTS OF HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OF PRYKSRPATTYA

In the article toponyms of Sambir region as historical and cultural phenomenon are analyze. The article deals with social, historical and natural factors that had a direct influence on the names of settlements Sambir district in Lviv region.

Keywords: toponym, toponomics, historical and cultural heritage.

УДК 81'373.21:338.48(477.83)

Козак Г. Ю.

РОЛЬ ТОПОНІМІКИ В ТУРИСТИЧНОМУ ОЗНАЙОМЛЕННІ З САМБІРСЬКИМ КРАЄМ

У статті розкрито найцікавіші для туристів топонімічні назви Самбірського краю.

Ключові слова: топоніми, Бойківщина, туризм.

Важливе значення для туристичного ознайомлення з Самбірським краєм посідають топоніми, які бережуть пам'ять про різні події та людей, допомагають вивчати історію й актуальними для регіону. Як відомо, топоніміка — це наука про походження географічних назв (від грецьких слів «topos» — місце й «onuma» — назва, найменування, ім'я). Водночас, топоніміка є інтегральною науковою дисципліною, яка знаходиться на стику трьох областей знань: географії, історії та лінгвістики.

Серед топонімів виділяють такі види, як: ойконіми (назви населених місць), астіоніми (назви міст), гідроніми (назви річок), дрімоніми (назви лісів), ороніми (назви гір), фоніми (назви курганів), годоніми (назви вулиць), спелеоніми (назви печер, скельних навісів), ороніми (назви хребтів, гір, долин, ярів, впадин і ущелин) та ін.

Питання топоніміки завжди були в колі інтересів як українських, так і зарубіжних дослідників. На топонімічний матеріал у своїх дослідженнях свого часу спиралися О. Потебня, І. Срезневський, М. Максимович, О. Соболевський. У 50–70-х рр. ХХ ст. з'явилися роботи з топонімії А. Дульзона, М. Мурзаєва, В. Никонова. Наукові топонімічні школи, які проводять резульвативні дослідження, виникли тільки напр. ХХ — на поч. ХХІ ст. Велике значення у питаннях встановлення методології дослідження топонімії мали роботи К. Цілуйка, Л. Гумецької, Ю. Карпенка. Значних успіхів в ареальному вивчені слов'янської топонімії домоглися В. Борек, О. Вільконь, М. Карабсь, В. Ташицький, С. Ростонд, Є. Черняхівськата ін. [9]. Проте окремої праці, присвяченої топонімічним назвам населених пунктів Самбірщини, немає.

Під час польових досліджень виявили історичні та етнографічні особливості історичного краю, з'ясували своєрідність багатьох топонімів, у яких знайшли своє відображення історичні події, побут і господарство в минулому, імена людей, міграційні процеси тощо. Науковим підґрунтам для топонімічних досліджень були дані археології, історії, географії, лінгвістики.

Приклад цьому-село Городище. Відомо, що в давнину укріплення називалося городом і походить від дієслова «городити». А давній суфікс «-ище» в назві Городище означає, що село виникло на місці колишнього укріпленого поселення. В Київській Русі городищами звалися поселення, укріплені валами і ровами [4, с. 7]. І. Кульчицький-Волчко теж вважає, що побіч «шляхетських сіл», одним із яких було Городище, існували менші чи більші оборонні городища, обведені високими валами і ровами [5, с. 42–43].

До періоду утвердження племінних союзів слов'ян належить топонім села Долобів, який говорить про те, що тут колись проживали дулбі. Назва дулбі пов'язується зі словом ду(д)ло — духова труба. Очевидно, назва племені могла бути пов'язана з військовою чи побутовою роллю цього інструмента в житті племені. Однак А. Коваль вважає, що це слово може бути запозичене з німецької мови: це або Daud-laiba, тобто спадщина померлого, або Dudl-eila-«країна волиною» (музичний інструмент, що має дві або кілька трубок, вправлених у шкіряний мішок чи пухир). В Україні трапляються подібні назви сіл: Дулбі, Дулобен, Дулубен, Дуляби. Всі вони своєрідно «тримаються» правого берега верхньої течії Дніпра [4, с. 116]. Дослідник Стецюк В. М. припускає, що етнонім

дуліби походить від зх.-нім. Deudo — і laifs. Перша частина слова означає «тевтони» і від неї походить самоназва сучасних німців (Deutsch), а друга — «залишок» (гот. laiba, д.-англ. laf). Таким чином, слово дуліби можна розуміти як «залишки тевтонів» [8, с. 14].

Ще у дохристиянських віруваннях бере свій початок назва села Бабина, пов'язаного з жіночим божеством на ім'я Баба (добра опікунка й покровителька малих дітей). Люди, які поклонялися цій богині, називалися бабинцями [4, с. 119]. Однак, народна легенда розповідає іншу версію походження назви села Бабина. Після монголо-татарського нашестя 1225–1241 рр. тільки одній із знедолених жінок разом із дітьми вдалося втекти з полону. Вона й була першою поселенкою на березі р. Стривігор. А згодом у цій місцевості почали зводити домівки й інші втікачі з монголо-татарської неволі. Так народилася назва Бабина.

Цікавими для туристів можуть бути топоніми Самбірщини, пов'язані з подіями княжої України. Село Гординя спершу називалося Ордина, потім Ординя, і вже пізніше — Гординя. Отже, назва походить від терміну «орда» (так звались самоуправа у селах, населених «ординцями» — княжими слугами). Тому можна стверджувати, що село було засноване в княжі часи.

Назва села с. Ваньовичі походить від імені Іван, Ваньо. Суфікс вказує на те, що село заснував не сам Ванько, а його нащадки, яких звали ваньовичами [4, с. 269]. Церковний літопис наводить дані про воєводу на ім'я Ваньо, який загинув у боротьбі з татарськими ордами у 1245 р. (в честь нього і було назване село Ваньовичами [12]).

Свідченням давнього заселення села Зарайсько є його назва. Саме найдавніші наші поселення мали закінчення -сько. Їх залишалось не так вже й багато, та прадавність їх очевидна, і звуться вони: Плісненсько, Головсько, Селисько, Бусовисько, Гумнисько, Лютовисько, Ропавсько, Ясененсько [1, с. 24].

Багато топонімів Самбірщини пов'язано з характером розміщення їх відносно лісів, річок, боліт, горбів тощо. Очевидно, що назва села Береги походить від слова «берег» (ділянка землі біля води) [4, с. 27]. Однак, як стверджує відомий краєзнавець і дослідник Іван Филипчак, тих берегів у селі ніде не було видно. «В південно-західній стороні видно на правому березі р. Стривігор с. Бабина та с. Пиняни, що між двома річками Стривігором і Дністром на прегарній рівнині розрослися, і надмір людності, яка тут споконвіку осіла, висилали за «береги» р. Стривігор — от і ціла тайна назви села Береги» [3, с. 5–6].

Назва села Глибоч пов'язана з рельєфом місцевості. Справді, село лежить у глибокій улоговині. Отже, топонім походить від слів «глибина», «глибокий» і утворений він за допомогою суфікса -оч [11, с. 97]. Є в Самбірському районі мальовниче село Копань, топонім якого семантично походить від місцевості Копань (від апелятиву Копани). Значення — викопаний ставок, викопана сажалка. У Галичині апелятив «копань» вживався також і в значенні «копанка» (розчищене під посів місце в лісі, яке ще не можна орати, можна лише копати) [10, с. 124].

Цікавим є топонім села Звір. На перший погляд, назва пов'язана з тваринним світом. Однак семантичнотопонім походить від місцевості Звір, що походить від апелятиву звір/яр, улоговина, видолинок [10, с. 110]. Топонім села Бісковичі походить від Бескиди-система хребтів, через які можна перейти. Звідси ж Бісків — потік, пр. Путили (басейн Дунаю). Назва походить від однойменної гори, звідки бере свій початок Бісків [11, с. 42–43].

В основі назв окремих сіл лежить розташування, як-от село Загір'я. Первісно назва звучала як Загор'є. Апелятив загір'я — місцевість за горою або за горами [10, с. 88]. Назва села Задністряни походить від розташування за річкою Дністер. (Хоча село в давнину мало іншу назву — Голодівка). В основі теперішньої назви села Залужани

також лежить місцерозташування — за лугом [11, с. 129]. Первісно назва села Заріччя звучала як Заріче. Семантично утворено від місцевості Заріче за допомогою прийменника за- від апелятиву ріка в первісній словосполучці за рікою внаслідок її лексикалізації на новотвір Заріче. Первісно в значенні «місцевість за рікою» [10, с. 102].

Досліджували топоніми Самбірщини, які походять від рослинного світу і становлять певний туристичний інтерес. Предки теперішніх бойків любили осідати в лісистій місцевості, багатій на гриби, ягоди. Рослинний світ широко представлений на карті Самбірщини.

Назва села Вільшаниця походить від вільхових дерев, яких росло багато у цій місцевості [2, с. 682]. Топонім селища Дубляни походить від дерева «дуб». У давнину так часто називали будь-яке дерево, тому діброва — міг бути і змішаний ліс [4, с. 92]. Ліси, яких на той час було багато в цій місцевості, мали характерну ознаку — «дубні лани» — звідси й назва села Дубляни. Назва села Дубрівка теж походить від місцевості Дуброва (дубовий ліс) [10, с. 81]. Інша версія — від назви річки, притоки Дністра [11, с. 129].

Топонім села Бірчиці має чи не найбільше трактувань. Найпоширеніша версія, що назва походить від слова «бір», де основа праслов'янська і означає сосновий ліс, тобто село, що лежить серед борів [4, с. 71]. Однак краєзнавець В. Лаба назву села виводить від татарського «біра» — тобто, пиво. Вважає, що тут могли жити пивовари або стояла броварня. Інша його версія — від слова «бура», тобто труба. Можливо тут жили якісь сигнальники, що звуками труб передавали якусь інформацію (як це роблять гуцули ще й зараз) [6, с. 21].

На думку М. Янко, назва села Берестяни походить від дерева «берест» (з родини в'язових). Цей топонім вказує на поширення в долині річки бересту [11, с. 41]. Однак у польських джерелах назва села передається як Brzesciany. В селі побутує думка, що воно отримало назву від того, що навколо шуміли березові ліси. Оскільки березова кора називається «берестою», то, можливо, назву село отримало від професії перших його мешканців [6, с. 33].

Одними з найдавніших є топоніми, які відображають розміщення населених пунктів відносно річок. Село Волянка отримало назву від річки Волянка — правої притоки Блажівки (басейн Дністра). Річка Волянка бере початок у лісовому масиві, на південний захід від села Звір, між північно-східними відрогами Верхньодністровських Бескидів [10, с. 47]. Характерною особливістю тих гідронімів, які існували до виникнення індієвської мовної спільноті, є наявність у них основ на означення «вода», «джерело», «текти», «потік», а також кольорів — «блілий», «бліскучий». Назва села Велика Білина (стара назва Білинка, Білинка Велика) походить від слова «блілий», тобто світлий. Топонім села Білоки походить від слів «блілий» і «око» [11, с. 51]. Очевидно, це одні з найдавніших топонімів Самбірщини.

Назва села Задніст्रя походить від гідроніма Дністер — місцевість за Дністром [10, с. 92]. Топонім села Бережниця утворився від гідроніма бережница. Цей гідронім Ю. О. Карпенко наводить від апелятива берег. Більш імовірним є походження цього гідроніма від апелятива «береза», вірніше прикметника березний. Тобто, первісно ця назва звучала Березниця, а згодом, внаслідок уподібненого дзвінкого приголосного «з» до «ж», та ще й, мабуть, не без асоціації з прикметником бережний (берег), була перетворена у похідний варіант — Бережниця [10, с. 313–314].

Однак І. Кульчицький-Волчко має іншу версію цього топоніму. Вздовж Карпат, на північному підгір'ї розміщалося багато так званих «шляхетських сіл». У селі Бережниця теж жили селяни, які чванилися своїм лицарсько-шляхетним походженням [5, с. 42]. Осадники-лицарі, які проживали в селі, виконували роль так званих побережників, звідки і назва села — Бережниця [5, с. 45].

Переважна більшість топонімів виникла стихійно, проте зовсім невипадково. В багатьох випадках назви населених пунктів можуть підказати сучасникам, звідки прийшли їхні предки на цю землю. Так, наприклад, В. Лаба наводить версію про те, що назва села Берестяни походить від того, що цю місцевість освоїли поселенці з Берестя (тепер місто Брест у Білорусі). Українці називали його Берестє. Це переселення берестян могло відбуватися або під час війн Галицького і Волинського князівств, або невдовзі після утворення Галицько-Волинської держави. Таке могло статися і після монголо-татарської навали 1241 року, коли місто Берестє було знищено дощенту [6, с. 34]. У Київському літописі (за Іпатіївським списком) зазначено, що весною 1241 року Данило Галицький з братом «прибув до Берестя, і не змогли вони вийти на поле (бою) через сморід од безлічі вбитих. А в городі Володимири не зосталося жодного живого» [7, с. 398].

Недостатньо вивченим є походження топоніму села Вощанці. За структурою виходить, що це первісно катойконім на -ці від населеного пункту Вощани. Первісне значення: вощанці- вихідці, переселенці з Вощан. Семантично — населений пункт, який заселяють вощани. Однак населеного пункту Вощани на українському ареалі не виявлено. Тому припускаємо, що найбільш ймовірно ця назва дійшла до нас уже не в первісному звучанні. Зокрема, вважаємо, що первісно вона могла звучати не Вощанці, а, наприклад, Вущанці, і бути перетвореною у Вощанці народно етимологічним способом за асоціацією з прікметником «вощаний» (з воску). В цьому випадку цей гаданий первісний варіант «Вущанці» можна було б розглядати як первісно катойконім на -анці від населеного пункту Вустя (Миколаївського району). Первісне значення: вущанці — вихідців, переселенці з с. Вустя. Семантично — населений пункт, який заселяють вущанці [10, с. 50]. Як стверджує Іван Полуліх (мешканець села і дослідник його історії), є щось спільне в назві Вощанці з пасікою, бджолами (від слова «вощина»).

Є на Самбірщині й топоніми, залишені тюркомовним населенням. Краєзнавець В. Лаба назву села Воютичі виводить від тюркського слова «вайвалав» — крик. Вайвалимак — кричати, ойкати (від болю). Чи не могли тут бути поселені важко покалічені війни, які постійно кричали? Безногі, безрукі, яких не хотіла належним чином доглядати своя чи чужа обслуга. Доводилося їм кричати, домагаючись уваги до себе. Краєзнавець висловлює припущення, що згодом назва могла бути слов'янізована і пристосована під поняття «вой», «войн». Засновники поселення теж могли бути воїнами [6, с. 22].

Назва села Корничі може походити від татарського «коръмек» — бачити, або «корюльмек» — проглядати, спостерігати. Село розміщене на підвищенні між ріками Болозівка і Вишенька. Отже, його мешканці мали можливість проглядати рух по двох ріках [6, с. 20]. Топонім села Ковиничі, ймовірно, походить від «къавім» — народ, плем'я, рід, тобто певна група споріднених між собою людей [6, с. 21].

Як бачимо, розшифровка топонімів — справа непроста і потребує кропітких наукових досліджень, роботи з джерелами.

Деякі назви Самбірщини розповідають про зв'язок колишнього населення краю з іншими народами. Допитливий турист дізнається, що топонім села Літеревичі, Райтаревичі (теперішня назва — Верхівці) походить від слова рейтари (нім. Reiter — райтер, тобто вершник). За переказами, в селі Райтаревичі жили нашадки кримських татар, яким польські королі дозволяли селитись у Галичині. Після другої світової війни назву села змінили на Верхівці, тому що через горішній(верхній) кінець села проходить Головний європейський вододіл [авт.].

Внаслідок колонізаційних процесів на Самбірщину переселялися цілими колоніями німці, чехи, поляки. Топонім села Колонія цьому підтвердження [1, с. 123]. Ще у XIV ст. було засноване село Кайзердорф (колишня німецька сільськогосподарська колонія) [1, с. 96].

Іноді в назвах сіл, хуторів приховано сліди давніх власників маєтків та історичних осіб. Наприклад, село Вербівкараніше мало назву В'яцкович — його власниками був шляхетний рід В'яцковських. Назва села Баранівці (стара назва — Баранчичі) походить від перших поселенців, які мали прізвище Баран [4, с. 103]. Назва села Ваньковичі походить від імені Іван, Ванько [4, с. 269]. Хутір Климівщина названо за ім'ям первого поселенця Клима.

Історія нашого народу увічнила в топонімах страшні лихоліття (підтвердження цьому село Голодівка — сучасна назва Задністряни). Про напади татар на наші землі нагадує назва села Татарів (сучасна назва Залужани).

Географічна карта Самбірщини дає відповідь і на питання про рід занять жителів району в минулому, злідченне життя простого люду. Назва села Конюшки Королівські говорить про те, що тут вирощували коней для королівської раті. У селі Конюшки Тулиголовські проживали конюхи (тулили голови, ютилися).

З минулого дійшла до нас група топонімів, які відображають прагнення людей до соціальної рівності і волі. Село Волиця семантично походить від апелятива волиця — зменшеного суфіксального утворення на -иця, від слова воля. Означає: звільнений на визначений час від феодальних повинностей [10, с. 44]. Село Воля Баранецька виникло на частині берестянських земель (сусіднє село Берестяни), які відійшли родині з Баранчиць. Ці землі вона могла заселити своїми селянами, давши їм пільги від данини на 15-20 років. Від того і постала Воля Баранецька [6, ст. 39]. Село Воля Блажівська -складна назва, в якій компонент — означення Блажівська протиставляє її назві села Воля Баранецька за розташуванням біля с. Блажева [10, с. 45].

Багато топонімів, які дійшли до нас із глибини віків, розгадати не так легко. Що, наприклад, означають назви сіл Колбаєвичі, Канафости — встановити не вдалося.

Упродовж тривалого часу топоніми розвивалися в тісному зв'язку з топонімією різних племен і народів, залишаючись у своїй основі слов'янськими. Топонімічні назви Бойківського краю — це велике історико-культурне надбання українського народу. Вони вимагають такого ж державного захисту, як і інші пам'ятки культури.

Збереження топонімів необхідне не тільки для вивчення народної мови, самобутньої культури та історії краю і використання їх результатів у туризмі. Топонімічні дослідження можна використовувати для встановлення торговельних, культурних, підприємницьких зв'язків місцевого населення з різними регіонами.

На наш погляд, культурна спадщина, в тому числі й топонімічна, є важливим фактором залучення туристів до ознайомлення з самобутнім Бойківським краєм.

Література

1. Виханський Б. Села побіч соляного шляху [Текст] / Б. Виханський. — Львів : Українські технології, 2010. — 224 с.
2. Історія міст і сіл Української РСР: В 26 т. Львівська область / АН УРСР. Ін-т історії; Голов. редкол. : П. Т. Тронько (голова) та ін. — К. : Голов. ред. УРЕ АН УРСР, 1968. — 980 с.
3. Історія села Берегів Самбірського повіту / І. Филипчак. — Береги : видавництво читальні «Просвіти», 1935. — 78 с.
4. Коваль А. Знайомі незнайомці. Походження назв поселень України [Текст] / А. Коваль. — К. : Либідь, 2001. — 304 с.
5. Кульчицький-Волчко І. Про так звані «шляхетські» села на Бойківщині [Текст] / Іван Кульчицький-Волчко // Літопис Бойківщини. ч. 1/29/40/, січень–червень 1979.
6. Лаба В. Історія села Берестяни [Текст] / В. Лаба. — Львів, 2010. — 168 с.
7. Літопис Руський. За Іпатським списком переклав Л. Махновець. — Київ, 1989.
8. Стецюк В. М. Сліди прадавнього населення України в топоніміці. — Львів : 2002 р. — 34 с.

-
9. Таранова Н. Основні етапи розвитку топонімії як науки [Текст] / Н. Таранова // Наукові записки Тернопільського НПУ імені В. Гнатюка. Серія: Географія. № 2 (2006).
10. Худаш М. Українські карпатські і прикарпатські назви населених пунктів (відапелятивні утворення) [Текст] / М. Худаш. — Львів : Інститут народознавства НАН України, 2006. — 452 с.
11. Янко М. Топонімічний словник України [Текст] / М. Янко. — Словник-довідник. — К. : Знання, 1998. — 180 с.
12. Із літопису с. Ваньовичі, записаного від Андрейко О. Г., мешканки села.

Козак Г. Ю.

РОЛЬ ТОПОНИМИКИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ ОЗНАКОМЛЕНИИ З САМБОРСКИМ КРАЕМ

В статье раскрыто наиболее интересные для туристов топонимические названия Самборского края.

Ключевые слова: топонимы, Бойковщина, туризм.

Kozak H. Yu.

ROLE OF TOPOONYMIC IN TOURIST SEXPLORING OF THE SAMBIRREGION

The article contains the most interesting for tourists toponymic names of Sambirregion.

Keywords: toponyms, Boykivshchyna, tourism.

УДК 379.85

Кучинська І. В., Безручко Л. С.

ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОГО ОСВОЄННЯ ГІРСЬКИХ СІЛ (НА ПРИКЛАДІ СЕЛА КОМАРНИКИ ТУРКІВСЬКОГО РАЙОНУ)

Проведено SWOT-аналіз перспектив туристичного освоєння села Комарники Турківського району Львівської області. Запропоновано дві моделі туристичного розвитку села та проаналізовано їх переваги та недоліки.

Ключові слова: SWOT-аналіз, традиційна та альтернативна модель, рекреаційно-туристичний потенціал.

Гірські території відзначаються високим потенціалом для розвитку туризму, що пояснюється різноманіттям природних ресурсів та доброю збереженістю етнічних особливостей. Зазначимо, що Карпатський регіон сьогодні зазнає інтенсивного туристичного освоєння, але туристичне господарство тут розвивається нерівномірно, що спричиняє інтенсивний розвиток одних населених пунктів та поступову деградацію інших. Сьогодні у межах регіону сформувалися чіткі туристичні центри, рекреаційне навантаження на природні комплекси у яких часто перевищує межу стійкості. Виходом із цієї ситуації є запровадження нових екологічно безпечних видів туризму або розвантаження освоєних територій шляхом залучення нових туристичних центрів. Якщо перший напрямок інтенсивно обговорюється у науковому колі, то другий варіант потребує детальних досліджень. Тому, метою нашої роботи є аналіз перспектив туристичного освоєння маловідомих населених пунктів Карпатського регіону на прикладі села Комарники Турківського району Львівської області.

Турківський район, який часто називають серцем Бойківщини, знаходиться на південно-західній окраїні Львівської області. Віддалене розміщення від обласного центру, складні природні умови та низький розвиток інфраструктури обмежили туристичне освоєння території району. Зокрема, сьогодні у межах району розвивається тільки один рекреаційно-туристичний центр — с. Розлуч. Попри це, є ряд передумов для розвитку туризму, зокрема, це добре збережена історико-культурна спадщина, багаті природні ресурси, збереження етнічних особливостей та ін. Тому, вважаємо за доцільне проаналізувати можливості туристичного освоєння населених пунктів району на прикладі с. Комарники.

Село Комарники розташоване в долині р. Стрий за 25 км від районного центру і за 19 км від залізничної станції Нижня Яблунька, площа села — понад 40 км², населення — 1073 особи, воно складається із 7 найбільших хуторів.

Засноване село, ймовірно в XIII ст., як одне із сторожових сіл для укріплення західного кордону та охорони давнього торгового шляху через Карпати «Руський путь». [2, с. 7]. Зокрема, у книзі «Руський путь — прадавній шлях через Карпати» Я. Тирика зустрічаємо наступне твердження про походження села «в період з 1280 по 1320 рік, коли Лев Галицький присідав до свого князівства Закарпаття в т. ч. і територію теперішньої Турківщини, яка знаходилась в Кавкасійських горах (Карпати). В цьому часі, зміцнюючи свої кордони та охорону «Руського Шляху» ним були засновані сасівські села-гнізда: Явора, Ільник, Комарники, Висоцьке та Турка» [4, с. 111–112]. В той же час перша письмова згадка про село датується 1492 р. [2, с. 7].

Щодо походження назви села є декілька версій:

- від румунського «Catanpis», що означає будинок, в якому виробляли бринзу з овечого молока;
- від комарів, яких було багато в будиночках, де робили сир;
- багато мешканців жили в тимчасових маленьких будиночках, таке проживання мало назву «коморити» [4, с. 113–114].

Оцінка потенціалу села для розвитку туризму здійснювалась на основі методу SWOT-аналізу, який дозволяє визначити сильні і слабкі сторони, а також потенційні можливості і загрози туристичного розвитку села. Для проведення SWOT-аналізу нами виділено такі основні критерії:

- географічне положення;
- природні ресурси;
- екологічний стан та охорона природи;
- історико-культурні ресурси;
- соціально-економічний розвиток;
- транспортна доступність;
- розвиток туристичної інфраструктури.

Проаналізуємо кожен із досліджуваних показників. Географічне положення села Комарники має як сильні, так і слабкі сторони. Значна віддаленість від обласного та районного центрів компенсується розташуванням у гірській місцевості, а також близькістю до кордону з Польщею і сусіднім Закарпаттям, що створює додаткові можливості для співпраці. Одночасно таке розташування викликає загрозу конкуренції з боку більш розвинутих туристичних центрів, таких як Сколе, Славсько, Воловець, а також посилення прикордонної ізоляції у зв'язку із входженням Польщі до Євросоюзу.

До сильних сторін належить наявність у селі багатьох природних ресурсів, що створюють сприятливі умови для розвитку різних видів туризму (гірсько-іжного, водного, пішохідного тощо). Сюди належать розчленований гірський рельєф, мальовничі ландшафти, стійкий сніговий покрив, наявність водної артерії — р. Стрий, високу лісистість. Слід відмітити і те, що в межах села створено ставки, у яких вирощується риба, ці об'єкти можуть стати місцем утилітарної рекреації. Одночасно, недоліком є відсутність мінеральних джерел, а також слабкий ступінь вивченості ресурсів, який не дозволяє здійснити їх реальну оцінку. Загрозою для розвитку туризму є високий ризик виникнення природних катастроф (в першу чергу паводків і повеней).

Суттєвою перевагою села Комарники є розташування в екологічно чистій місцевості, що пояснюється віддаленістю від основних транспортних магістралей, промислових об'єктів та інших джерел забруднення. На території села та в його найближчих околицях немає об'єктів природно-заповідного фонду, однак їх відсутність компенсується близьким розташуванням міжнародного біосферного резервату «Східні Карпати». В селі існують сприятливі можливості для розвитку екологічно орієнтованих видів туризму, органічного землеробства та вирощування екологічно чистих продуктів. Однак існує загроза негативного впливу туристичної діяльності на довкілля за умови її стихійного розвитку та перевищення допустимого рекреаційного навантаження.

Безперечно, до сильних сторін належить також забезпечення села культурно-історичними ресурсами. Для розвитку туризму, на нашу думку, найбільше значення має проходження через цю територію «Руського путі» — давнього торговельного шляху через Карпати, що проходив селом, наявність двох церков та дзвіниці, музею історії та побуту села Комарники, а також відкриті археологами передісторичні кургани та інші археологічні знахідки, серед яких найбільш цінними були 12 бронзових мечів (1200–1000 рр. до н. е.), знайдені в урочищі Чертіж місцевим селянином [2, с. 7]. На жаль, частина мечів була перероблена на знаряддя праці, а доля трьох збережених мечів не відома. До сьогодні на території села збережено два військові цвинтарі (австрійський та мадярський), які можуть стати об'єктами для ностальгійного туризму. Є у межах села і стара дерев'яна школа, але у зв'язку із зруйнованим станом планується її демонтаж.

Найбільшу цінність у селі представляють дві церкви та дзвіниця, а також костел:

— церква Святого Миколая (пам'ятка архітектури), розташована на схилі гори посеред цвинтаря при дорозі. Збудована вона у 1817 р. Це дерев'яна триверха будівля бойківського типу з багатозаломаними піраміdalними верхами;

— поряд з церквою святого Миколая (пам'ятка архітектури) в кінці XIX ст. звели оригінальну двоярусну дзвіницю, увінчану п'ятьма маківками на невеликих восьмериках;

— церква Благовіщення Пресвятої Богородиці була збудована у 1900 році коштом Щасного Саламона [3, с. 105–107];

— костел Успення Пресвятої Діви Марії початок його спорудження припадає на 1936–1939 рр. У зв'язку із зміною влади на цій території святиня не була завершена і тому 1939–1992 рр. використовувалась під колгоспний склад. У 2004 Єп. М. Бучек освятив відновлений зі середини костел. На сьогоднішній час він діючий.

Оцінка придатності історико-культурних ресурсів села для туризму вказує, що Комарники є малоатрактивними, проте поєднання різноманітних ресурсів підвищують потенціал туристичного освоєння села [1, с. 96]. Аналіз придатності сакральних споруд для релігійного туризму вказує на високий показник (більше 150 балів), що робить його одним із найбільш туристично-атрактивним населеним пунктом району.

Натомість, значним недоліком є знищення у повоєнний період окремих цінних об'єктів, (зокрема, маєтку дідичів села Комарники — родини Саламонів), а також занепад традиційної культури, звичаїв та ремесел. Село має великі можливості щодо включення його до мережі культурно-пізнавальних туристичних та екскурсійних маршрутів, особливо за умови створення тут нових атракційних об'єктів (наприклад, традиційної хати-музею чи навіть міні-скансену). При цьому перешкодою може стати брак коштів на збереження історико-культурних пам'яток, а також втрата автентичності дерев'яних споруд через використання чужорідних матеріалів (наприклад, пластикової вагонки). Зокрема, церква Святого Миколая сьогодні наполовину обита пластиковою вагонкою, що робить її менш привабливою для туризму. Зазначимо, що сьогодні є аналогічні будівельні матеріали (спеціальна дерев'яна вагонка), які не поступаються за якістю, але в той же час гармонійно впишуться в архітектурну композицію будівлі.

З позиції соціально-економічного розвитку позитивним для села Комарники є наявність основних пунктів життєзабезпечення та, організаційних структур. Недостатньо розвинута система соціально-побутового обслуговування компенсується державними гарантіями і пільгами, які дає статус гірського населеного пункту. Незважаючи на задовільний рівень освіти населення, є проблема низької зайнятості, а також скорочення кількості населення через трудову еміграцію. Позитивним є відновлення деяких традиційних форм господарства. Зокрема, М. Комарницький займається традиційним полонинним вівчарством (поголів'я налічує більше 200 овець), фермер зазначає перспективність такої справи. Слід зазначити, що його господарство має всі можливості для розбудови на його основі агротуристичного центру. Розвиток туризму сприятиме створенню нових робочих місць та залученню місцевих жителів до обслуговування туристів (сільський туризм). Однак, існує загроза зростання цін на товари і послуги зі збільшенням туристичної привабливості регіону.

Перевагою Комарників перед багатьма іншими селами району є наявність дороги з твердим покриттям та регулярного автобусного сполучення. Однак, транспортну доступність регіону обмежують поганий стан дороги, віддаленість від основних автомагістралей та відсутність залізниці. Серйозну загрозу становить брак державних коштів на ремонт доріг, що може суттєво зменшити потік туристів. З іншого боку, обмежена доступність сприятиме збереженню автентичності села та створює шанси для розвитку альтернативних видів транспорту, які є екологічно чистими (велосипедний, водний, гужовий).

Одною із слабких сторін села Комарники є недостатній розвиток туристичної інфраструктури, в першу чергу, відсутність засобів розміщення, низький рівень сервісу. Ці недоліки частково компенсуються наявністю в селі бугельного витягу, що дає можливість розвивати гірськолижний туризм. Позитивним є той факт, що через село проходить 2 із 5 розроблених на Турківщині туристичних маршрутів, однак, відсутність маркування створює проблеми їх експлуатації. Серед переваг слід зазначити і високу зацікавленість місцевої влади до розвитку туризму у селі, а також готовність місцевого населення приймати відпочиваючих у своїх оселях.

Наявні туристичні ресурси, а також історичні традиції організації відпочинку сприяють для відродженню іміджу села як привабливої рекреаційної зони та розробки нових туристичних маршрутів. При плануванні туристичної діяльності необхідно враховувати існуючі загрози для довкілля, пов'язані із відчуженням земель під об'єкти інфраструктури, порушенням традиційної забудови та перевищеннем норм рекреаційного навантаження.

На підставі проведеного аналізу, нами запропоновано 2 моделі розвитку рекреаційно-туристичної сфери села Комарники: традиційна, що базується на історично сформованій туристичній спеціалізації регіону; альтернативна або зрівноважена, яка передбачає розвиток нових екологічно орієнтованих видів туризму на засадах сталого розвитку.

Перша модель базується на розвитку видів туризму, що є традиційними для даного регіону; взимку — гірськолижного, а влітку — відпочинково-оздоровчого та активного пішохідного. Така модель має сезонний характер і характеризується двома піками — весняним і літнім, а також яскраво вираженим міжсезонням.

Реалізації традиційної моделі розвитку туризму у селі Комарники сприяють наступні фактори:

- гірський рельєф і мальовничі ландшафти;
- сприятлива екологічна ситуація;
- стійкий сніговий покрив;

— наявність невеликого бугельного витягу та кількох пішохідних туристичних маршрутів, що проходить через село.

Наведені туризму в Комарниках вже розвиваються, однак, цей розвиток відбувається стихійно і неконтрольовано.

Головним стримуючим фактором на сьогодні є відсутність засобів розміщення.

Тому, ми вважаємо, що для реалізації цієї моделі необхідно:

- побудувати готельно-туристичний комплекс із дотриманням місцевого стилю архітектури та всіх екологічних вимог;
- покращити гірськолижну інфраструктуру, зокрема, переобладнати існуючий витяг і створити нові, облаштувати лижні траси для різного рівня підготовки, створити пункти прокату спорядження;
- для використання комплексу у літній період забезпечити можливість надання широкого асортименту додаткових послуг оздоровчого характеру (басейн, сауна, фітотерапія, SPA-послуги із використанням народних методів тощо);
- розробити перелік заходів для організації дозвілля відпочиваючих (експурсії, прогулянки в гори, катання на конях, збирання грибів і ягід, рибальство, анімаційні програми з використанням народних традицій);
- розширити мережу пішохідних туристичних шляхів та здійснити їх маркування відповідно до міжнародних вимог, а також видати детальну туристичну карту регіону;
- облаштувати спеціальні місця для наметових містечок, зокрема, на березі р. Стрий.

Одним із найважливіших кроків при плануванні рекреаційно-туристичної діяльності є визначення норм рекреаційного навантаження та розрахунок рекреаційної місткості

території. Рекреаційна місткість — це загальна кількість осіб, які можуть одночасно перебувати на даній території, не завдаючи шкоди природному середовищу. При визначенні цього показника враховуються:

- норми рекреаційного навантаження, які залежать від особливостей природних ландшафтів та сезону року;
- площа території;
- тривалість рекреаційного сезону;
- середня тривалість перебування туристів на даній території.

Провівши відповідні розрахунки, нами встановлено, що рекреаційна місткість села Комарники з прилеглими територіями складає:

- мв літній період — 8 тисяч осіб;
- в зимовий період — 4 тисячі осіб.

Що разом складає протягом року близько 12 тис. туристів.

Альтернативна (зрівноважена) модель базується виключно на місцевих ресурсах і засобах, відповідає основним принципам сталого туризму і сприяє збереженню довкілля та підвищенню добробуту місцевих мешканців. Вона передбачає розвиток нових, так званих екологічно орієнтованих видів туризму, таких як культурно-пізнавальний, етнотуризм, сільський, екологічний, кулінарний (гастрономічний), велотуризм тощо.

На нашу думку, для села Комарники найбільші перспективи для розвитку мають: етнотуризм та велосипедний туризм.

Етнотуризм — це різновид пізнавального туризму, який передбачає організацію туристичних поїздок у регіони історичного проживання певного етносу (у даному випадку — бойків) для ознайомлення з його матеріальною та духовною культурою, збереженою в автентичному середовищі. У селі Комарники та прилеглих селах найважливішими об'єктами етнотуризму є:

- дерев'яні церкви, пам'ятки сакральної бойківської архітектури (зокрема в Комарниках — церква Св. Миколая XIX століття);
- музей історії і побуту села у будинку культури;
- збережені бойківські традиції, обряди і ремесла;
- страви традиційної бойківської кухні.

Ми пропонуємо для розвитку цього виду туризму створити у селі міні-скансен «Бойківське обійття». Для цього можна використати одну із дерев'яних хат під стріхою, які ще збереглися в селі і не використовуються господарями. Передбачається створення експозиції старожитностей, відтворення інтер'єру бойківської хати. На базі такої хати-музею можливе надання різноманітних послуг, а саме:

- проведення майстер-класів народних ремесел (писанкарство, вишивка, прядіння вовни) та різних традиційних сільських занять, таких як випічка хліба, збивання масла, виготовлення сиру, бринзи;
- організація театралізованих дійств (бойківське весілля, андріївські вечорниці);
- проведення щорічного фестивалю традиційної бойківської кухні і народних промислів.

Перспективи розвитку в селі Комарники велотуризму пов'язані із проходженням неподалік міжнародного веломаршуруту «Зелений ровер» R61. На сьогодні цей маршрут проходить територією трьох країн: Польщі, Словаччини та України. «Зелений Ровер» є замкнутою петлею довжиною 350 км навколо міжнародного біосферного заповідника «Східні Карпати».

Основна нитка маршруту на території Турківського району проходить по міжнародній трасі «Київ–Чоп», зокрема, через найближчий до Комарників населений пункт — село Бориня. Маршрутом передбачено, крім основної, велику кількість додаткових (біч-

них) трас, що утворюють єдину мережу. Одну із таких трас пропонуємо провести через село Комарники і далі до перевалу «Руський путь». Необхідно здійснити маркування веломаршрутів згідно міжнародних вимог, а також створити пункт прокату велосипедів.

Невід'ємною складовою альтернативної моделі є розвиток сільського туризму, який дозволяє використовувати у якості засобів розміщення помешкання місцевих жителів. Проведене нами опитування показало, що близько 20 родин виявили бажання приймати у себе туристів, причому більше половини з них мають для цього відповідні побутові умови. Головною перешкодою для господарів є брак відповідного досвіду та відсутність засобів реклами. Для вирішення цих проблем необхідно активізувати діяльність Турківського районного осередку спілки сприяння сільському туризму. За його участю необхідно провести навчальний тренінг для власників агроосель, розпочати процедуру категоризації, а також помістити інформацію про наявні садиби в каталогі «Українське село запрошує» та на Інтернет-сайтах.

Необхідно також підтримати ініціативу місцевих фермерів щодо впровадження технологій органічного землеробства та вирощування екологічно чистих продуктів.

Обидва окреслені нами напрямки розвитку туризму у селі Комарники мають свої переваги і недоліки.

Зокрема, перевагами традиційної моделі, на нашу думку, є її масовий характер та швидке отримання прибутку, недоліками — значні фінансові затрати на реалізацію проекту, фактор сезонності, а також загроза негативного впливу на довкілля.

До переваг альтернативної моделі належить можливість заличення туристів протягом усього року, підтримка місцевого населення та збереження довкілля, а до недоліків — невисоку прибутковість, а також обмежену цільову аудиторію.

Враховуючи вищесказане, ми вважаємо, що у випадку села Комарники обидві моделі повинні реалізовуватись паралельно, доповнюючи одна одну. Це дозволить з одного боку підвищити туристичну привабливість регіону та збільшити потік туристів, а з іншого — уникнути негативних наслідків туристичної діяльності.

Проведений аналіз вказує на високі перспективи організації туризму у гірських селах. Зокрема, дослідження у селі Комарники вказує на перспективу впровадження двох моделей розвитку туризму: традиційної та альтернативної. Відмітимо, що туристично-ресурсний потенціал села дозволяє розвивати ці дві моделі одночасно, що сприяє впровадженню різноманітних видів туризму, серед яких: гірсько-лижний, велосипедний, сільський зелений, етнічний, екологічний, культурно-пізнавальний та інші. Тому, сьогодні існує потреба у тісній співпраці між органами державної влади, місцевою радою і місцевими фермерами та підприємцями у питанні туристичного розвитку села Комарники, що дозволить покращити соціально-економічне становище гірського села та сприятиме популяризації туристичного потенціалу.

Література

1. Безручко Л. С. Оцінка історико-культурних ресурсів Турківського району Львівської області для потреб туризму [Текст] / Л. С. Безручко, Г. Я. Козак / Географія та туризм: наук. зб. — К. : Альтерпрес, 2012. — Вип. 19. — С. 94–100.
2. Комарницький В. Й. Комарники — село на Руському путі [Текст] : науково-популярне видан. / В. Й. Комарницький. — Львів : Камула, 2007. — 456 с. — ISBN 966-8343-91-3.
3. Слободян Василь. Церкви України. Перемиська єпархія [Текст] / В. Слободян. — Львів : Місіонер, 1998. — 864 с.
4. Тирик Я. Руський путь — прадавній шлях через Карпати [Текст] / Я. Тирик. — Львів : Простір М, 2003. — 146 с.

5. Тирик Я. Турківщина: туристично-краєзнавчий путівник [Текст] / Я. Тирик. — Львів : ВНТЛ, 2000. — 128 с.
6. Юсипович І. Турківщина: за завісою століть [Текст] / І. Юсипович. — Львів : Край, 1993. — 112 с.

Кучинская И. В., Безручко Л. С.

ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОСВАЙВАННЯ ГОРНИХ СЕЛ (НА ПРИМЕРЕ СЕЛА КОМАРНИКИ ТУРКОВСКОГО РАЙОНА)

Проведен SWOT-аналіз перспектив туристического осваївання села Комарники Турковського району Львівської області. Предложено две моделі туристического розвития села, проаналізовано их перспективы и недостатки.

Ключевые слова: SWOT-анализ, традиционная и альтернативная модель, рекреационно-туристический потенциал.

Kuchinska I. V., Bezruchko L. S.

THE PROSPECTS OF TOURISM MASTERING MOUNTAIN VILLEGES (THE EXAMPLE VILLEGE KOMARNIKI OF TURKIVSKOGO DISTRICT)

The conducted is SWOT analysis of prospects the tourism mastering of village Komarniki of Turkivskogo district of the Lviv area. Two models of tourist development of village are offered, their prospects and defects are analysed.

Keywords: SWOT, tradichinal that an alternative model, touristikal-rekreashn potential.

УДК 379.85:726(477.87)

*Мілашовська О. І., Удовенко А. М., Капустей М. І.***ГЕНЕЗИС, ВИДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ**

В статті проаналізовано підходи різних авторів до розуміння поняття «релігійний туризм», визначено основну роль сакральних об'єктів у розвитку релігійного туризму, охарактеризовано функції релігійного туризму та відмінні риси від паломництва, представлено основні види релігійного туризму та охарактеризовано його регіональні особливості.

Ключові слова: *релігійний туризм, паломництво, сакральні об'єкти, учасники релігійних турів.*

Розвиток релігійного туризму призвів до значної кількості наукових тверджень щодо розуміння сутності понять «релігійний туризм», «паломництво», що в свою чергу спричинило відсутність чіткого розмежування цих понять, оскільки вони переслідують різні цілі, мету та завдання, що тим самим впливає на складність організації релігійних турів.

Релігійний туризм на сучасному етапі переживає етап становлення і багато науковців, зокрема такі як А. Ковальчук, Т. Христов, А. Яцковські, О. Дудкіна, І. Беліков, В. Кифяк, М. Біржаков, В. Гаворецькі, О. Ільїна, Т. Божук, І. Мініч та інші займалися вивченням даного питання.

Визначити дефініції різних авторів стосовно розуміння сутності релігійного туризму, подати класифікацію видів релігійного туризму та визначити його основні особливості.

На сьогоднішній день, релігійний туризм, вважається одним з найдавніших видів туризму. На території України і, в тому числі Закарпатської області, є величезна кількість релігійних споруд, які вирізняються історико-культурною та сакрально-мистецькою привабливістю. Формування релігійного туризму розпочалося на початку XIX ст., коли, крім об'єктів історії, культури та архітектури туристи почали відвідувати і сакральні споруди різних конфесій [15, с. 123]. Релігійний туризм перебуває на стадії розвитку, і багато науковців, зокрема Ковальчук А. С. зазначають про необхідність формування в релігійному туризмі та паломництві відповідної тезаурусної бази, а також її удосконалення для більш глибокого розуміння суті релігійного туризму [12, с. 219].

Релігійний туризм відіграє велику роль в формуванні світогляду людей, метою яких є відвідання релігійних центрів та святих місць, взяття участі у релігійних церемоніях та прагнення до молитви. Бурхливий розвиток індустрії туризму неминуче вплинув на становлення інфраструктури туризму, що в свою чергу стало результатом зростання кількості мандрівок з релігійною метою [16, с. 6].

Таким чином, релігійний туризм являє собою подорож, з метою поклоніння святым місцям певної релігії (туристи, які здійснюють такі подорожі, часто не є віруючими) [15, с. 137]. Багато зарубіжних науковців, насамперед польські та російські по різному підходять до трактування тезаурусу «релігійний туризм». Христов Т. Т. під релігійним туризмом розумів діяльність, яка пов'язана із задоволенням потреб туристів, під час їхніх поїздок до священних місць, які знаходяться поза межами постійного для них місця проживання [16, с. 9]. Польський вчений Антоні Яцковські під таким видом туризму розумів подорож з метою задоволення релігійно-пізнавальних потреб [18, с. 8–9]. Дуткіна О. П. досліджувала релігійне паломництво та розглядала його, як прогресивний та динамічний вид туризму [8, с. 112–116]. Беліков І. Л. під релігійним туризмом розумів мандрівку, метою якої є поклоніння сакральним об'єктам [2, с. 39], подібну думку підтримував також Ковальчук А. С. [13, с. 365–367]. За визначенням Кифяка В. Ф., релігійний туризм — подорож, яка має на меті виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць та ін. [11, с. 78–79]. Біржаков М. Б. розглядав паломницький і релігійний туризм. На його думку, прочанство — це один з видів подорожей, метою

якого є відвідання об'єктів здійснення обрядів [3, с. 48]. Польський науковець-практик Владислав Гаворецькі досліджував термін «паломницький туризм» та зазначав про невід'ємний його зв'язок з релігійним туризмом [17, с. 75–79]. Ільїна О. В. розглядала релігійний туризм, як вид туризму, пов'язаний із постійним відвідуванням релігійними туристами культових центрів [9, с. 71]. Божук Т. І. пов'язує релігійний туризм з духовним оздоровленням [5, с. 116]. Вчений Мініч І. М. розглядав паломництво, пізнавальні подорожі та наукові поїздки, які були тісно пов'язані з релігією [14, с. 116]. Божук Т. І. виокремлює лише паломництво і сакральний туризм та акцентує увагу на відмінностях між ними [7, с. 28].

Релігійний туризм, як і будь-який інший вид туризму має свої підвиди:

- паломницький туризм;
- туризм релігійної тематики.

За Устименком Л. М., основою для здійснення паломництва є віра людини [15, с. 123]. Христов Т. Т., під поняттям «паломництво» розумів один із видів подорожі релігійних туристів до сакральних об'єктів [16, с. 10]. З вище наведеного робимо висновок, що справжнім паломником може бути тільки віруюча людина. Згідно з історичними джерелами, назва «паломництво» походить від звичаю віруючих приносити з Палестини пальмову гілку.

Основою паломництва є віра людей в релігійні святині (храми, ікони, місця, пов'язані з принесенням жертв, місця погребіння, та ін.), здійснення молитви, отримання благодаті та ін. [15, с. 124].

Вчені виокремлюють різні види паломництва. Так, за кількістю учасників виділяють індивідуальні, сімейні та групові паломництва; за тривалістю — тривалі і короткі; залежно від того, де саме знаходяться релігійні об'єкти, які відвідуються — внутрішні та закордонні. На відміну від звичайних туристів, паломники завжди висувають набагато менші вимоги до якості обслуговування, харчування та проживання (проживають в келіях монастирів, на території храмів, церков тощо). Дуже часто метою паломництва є відвідання певних релігійних свят [1].

Туризм релігійної тематики передбачає відвідування культових центрів, де туристи мають змогу ознайомитися з культовими пам'ятниками, відвідати богослужіння, взяти участь у різних релігійних заходах, церемоніях [1].

Основною відмінністю екскурсійно-пізнавальних турів від паломницьких є, по-перше, менша їх тривалість, оскільки вони дуже часто не є приуроченими до певних релігійних свят та по-друге, те, що для паломників екскурсія має вторинне значення. Туристичним групам потрібний досвідчений екскурсовод, який буде постійно супроводжувати їх на маршруті, а після прибууття до певної святині, повинен бути замінений представником релігійної організації. Релігійний туризм є нероздільно пов'язаний із науковим туризмом релігійної тематики, тобто подорожами вчених, які цікавляться сакральними предметами, рукописами, певними реліквіями [16, с. 14].

У класифікації релігійного (сакрального) туризму виділяють такі основні ознаки: «наявність і тривалість вільного часу», «рівень духовного розвитку», «фінансові можливості туристів», «напрям (спрямованість) туристичних потоків», «стан здоров'я», «часові характеристики», «територіальне охоплення», «ступінь організованості», «форма участі (кількість учасників)», «демографічний та соціальний склад учасників подорожі», «засіб пересуванн», «тип маршруту» [6, с. 48–51]. Подаємо стислий коментар кожного з них.

Для здійснення подорожі релігійної тематики, важливою є наявність вільного часу у туристів, відсутність якого не дає можливості здійснювати релігійні мандрівки. Не менш важливим фактором для здійснення релігійної подорожі також є фінансові можливості. Основою здійснення таких подорожей є задоволення, перш за все, духовних

потреб, які полягають у знайомстві з сакральними цінностями певної місцевості. Спосіб використання вільного часу людиною залежить від багатьох факторів, серед яких можна назвати такі як: розмір фінансових доходів, вид дільності, вік туристів, менталітет тощо. З кожним роком відслідковується тенденція зростання рівня духовності населення, що знайшло своє виявлення у збільшенні кількості мандрівок з релігійною метою. Говорячи про вільний час, не можна залишити поза увагою й такий важливий чинник, як рівень доходів населення, який в кінцевому випадку визначає можливість здійснення подорожі. Отже, важливе значення має розробка туристичними підприємствами таких релігійних турів, які за ціною були б доступні для різних категорій населення. Наступним чинником, який є важливим для здійснення релігійної мандрівки є стан здоров'я туриста, який необхідно враховувати при плануванні тривалості поїздки. Основною перевагою релігійного туризму є можливість здійснювати поїздки у будь-яку пору року, тобто, даний вид туризму є незалежним від сезону, від погодно-кліматичних умов. Згідно з статистичними даними, найбільша частка реалізованих турів припадає на літню пору року, а в період міжсезоння релігійних турів реалізується найменше [6, с. 48–50].

Виділяють різні форми релігійного туризму. За особливостями організації виділяють організований та неорганізований релігійний туризм. Одні туристи надають перевагу чітко регламентованим поїздкам, а інші навпаки — неорганізованим. При неорганізованих подорожах туристи планують свою поїздку самостійно, без участі туристичних підприємств, турист не є залежний від певної екскурсійної програми і може самостійно, вже на місці планувати свій маршрут. Залежно від кількості учасників релігійні подорожі бувають індивідуальними та груповими. Кількість учасників індивідуального туру може коливатися від 1 до 5 чоловік, групового — від 6 і більше. Залежно від тривалості виділяють одноденні (кілька днів) та багатоденні подорожі. Одноденні подорожі за тривалістю бувають менше 3 годин, 3–5 годин, 6–8 годин, 9–11 годин, більше 12 годин (одноденні). Залежно від віку, туристами можуть бути діти, які подорожують з батьками, молодь, економічно активні люди середнього віку, туристи, які подорожують зазвичай без дітей та пенсіонери.

Здійснення релігійних подорожей передбачає використання різних видів транспорту: авіаційний, залізничний, автомобільний, морський, річковий. Проте, ці види транспорту можуть і комбінуватися один з одним [16, с. 14–16].

Учасники релігійних турів — це люди з певними духовними переконаннями, які не обов'язково є віруючими. Це люди, які мають бажання відвідати святі місця, ознайомитися з сакральними цінностями певної релігії. Вони не потребують гучних шоу, розваг, здебільшого це люди немолодого віку. Зростає зацікавленість релігійних туристів монастирями, храмами, які в літню пору року є заповненими такими туристами. Серед туристів останнім часом помітна тенденція до відвідування різних свяtyнь і саме діючих монастирів та храмів. Організатори релігійних турів перш за все повинні забезпечити таким туристам «духовну програму», а потім вже думати про матеріальну облаштованість туристів [15, с. 137–138].

Релігійний туризм має багато спільних та відмінних рис з паломницьким туризмом [6, табл. 1].

Релігійний туризм сьогодні виконує багато функцій (рис. 1) [4, с. 76–86], серед яких виділяють такі основні функції:

- інтеграційна, яка полягає в об'єднанні людей за конфесійною належністю та підтримці рівноваги релігійних відносин;

- регулятивна, суть якої полягає у забезпеченні певної поведінки людей (норми, культові обряди);

Таблиця 1
Релігійний туризм і паломництво: спільні та відмінні риси

Критерій	Релігійний туризм	Паломництво (прочанство)
мета	задоволення пізнавальних потреб, пізнання духовної та історичної спадщини народу, знайомство з народами інших країн, їхньою релігією; до релігійного туру включають сакральні об'єкти	основою є віра, молитва; передбачає не лише відвідування сакральних об'єктів, але й прославлення Бога; самовдосконалення, досягнення певних внутрішніх цілей; одержання благодаті; здійснення релігійного обряду чи участь в ньому; поклонінню священному місцю, храму, мощам, спокутуванням гріхів
мотивація (потреба)	прагнення до пізнання, вивчення релігійної спадщини, храмів, церков, монастирів, музеїв; за бажанням туристів — участь у богослужінні, хрестиних походах	прагнення зіллення від фізичних і душевих хвороб, набратися сил, отримати благословення; пізнання духовного «нового»; висловлення подяки за блага, пізнання сенсу буття, знайомство з культурним надбанням країни; екскурсія відіграє другорядне значення або взагалі відсутнє
місія (спонукальний мотив)	прагнення до пізнання, відпочинку, відновлення фізичних та духовних сил; такий турист не бере участі у богослужіннях, знайомиться з історією, культурою релігії, милується красою архітектурних форм храмів, іконами	прагнення очистити сумління, прославити, взяти участь у богослужінні
світогляд людини	можуть бути атеїстами, чи прихильниками іншої релігії	релігійні люди зі сформованим світоглядом і системою цінностей
туристичний продукт	існує й пропонується туристичними підприємствами; чітко визначена програма перебування	як такий не існує
організаційні моменти під час створення туру	користуються послугами індустрії туризму, послугами туристичних фірм, що розробляють турпродукт; необхідно запропонувати туристам виконати спільну молитву дуже тонерантно, з врахуванням наявності у групі представників інших конфесій або релігій	паломницький рух неорганізований, стихійний, може супроводжуватися представником релігійної організації; такі люди не висувають багато вимог до якості обслуговування, проживають і харчуються у храмах, монастирях, фізично працюють
приуроченість до подій	не приурочені до релігійних свят, приурочені до духовно-мистецьких фестивалів	приурочені до дня святкування пам'яті святого, іменем якого названо храм (Храмового свята)
тривалість подорожі	менша	більша
форма одягу	не має значення	чітко регламентована (особливо для православних)
норми поведінки	елементарна етика; повага місцевих законів та звичаїв; необхідність узгодження можливості фотографування та відеознімання	готовність поступитися звичному способу життя; здатність жертвувати часом і матеріальними благами, участь у культових діях; піша хода до сакральних об'єктів

— комунікативна, яка полягає у можливості спілкування людей з одновірцями; світоглядна, яка полягає в тому, що під час відвідування сакральних об'єктів, люди мають можливість зrozуміти сенс свого життя і місце людини на Землі; естетична функція, яка допомагає розвивати у людей естетичний і художній смак;

— рекреаційна (терапевтична) функція, основою якої є оздоровлення, зняття психофізіологічної втоми, відновлення фізичних і духовних сил людини; пізнавальна, яка полягає в ознайомленні з архітектурою, історією сакральних споруд, їхньою духовною сутністю;

— виховна функція, яка полягає в одержанні знань мандрівника про сакральні об'єкти у краєзнавчому, історико-архітектурному та мистецько-сакральному аспектах та ряд інших функцій.

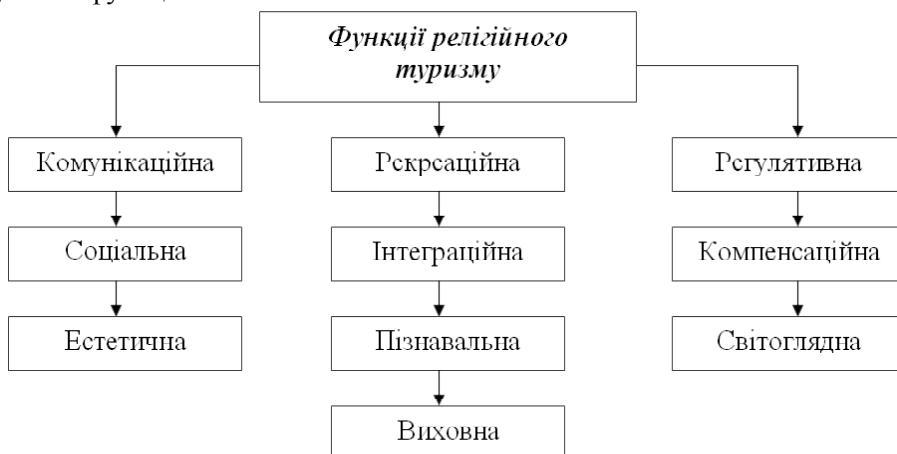


Рис. 1. Функції релігійного туризму (розробка автора)

Розвиток релігійного туризму неможливий без наявності відповідної розвинutoї інфраструктури. Христов Т. Т., під інфраструктурою релігійного туризму розумів сукупність об'єктів та підприємств, які обслуговують туристів та екскурсантів (релігійні об'єкти; перевезення, розміщення, харчування) [16, с. 19].

В індустрії релігійного туризму виділяють такі найголовніші чотири сектори, без яких існування релігійного туризму не можливе:

1. Підприємства розміщення — готелі, кампінги, гуртожитки і т.д.
2. Підприємства харчування — ресторани, кафе, закусочні, монастирські, храмівські і інші їdalynі.
3. Транспортні підприємства — послуги різних видів транспорту.
4. Релігійні (сакральні) об'єкти — монастирі, святилища, храми і храмові комплекси, капели, каплиці; природні об'єкти — святі джерела, колодязі, гори — водоймища (річки, ставки), гай; невеликі об'єкти культу — придорожні хрести, вівтарі божеств на узбіччях доріг, троп [10].

Ці об'єкти можуть бути розташовані як окремо один від одного, так і бути разом. Наприклад, святе джерело може знаходитися в православному монастирі або окремо. Святилища можуть включати культові споруди та природні об'єкти (храм в священному гаю біля води). Професор Шевчук Л. Т., використовує такий термін як «сакральна інфраструктура», під яким розуміє «сукупність культових та інших споруд, які забезпечують життєдіяльність людини, груп людей, суспільства» [6, с. 39], а професор Шаблій О. І. розглядає сакрально-туристичну індустрію як сукупність закладів, підприємств, організацій, які керують релігійним життям і діяльністю [6, с. 39].

На основі проведених наукових досліджень трактувань релігійного туризму та паломництва представлена класифікацію релігійного туризму та охарактеризовано його види та особливості при організації релігійних турів, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку туристичних послуг.

При міжнародних мандрівках необхідно пройти митні, валютні, візові та інші формальності. Вище зазначені форми, види, особливості і функції релігійного туризму повинні бути враховані на українському ринку туризму фірмами, які займаються практичною організацією мандрівок паломників і екскурсантів та спеціалізуються на наданні послуг у сфері релігійного туризму.

Література

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. Религиозный туризм. [Електронний ресурс] / А. В. Бабкин. — Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/babkin02.htm.
2. Беликов И. Л. Организация туризма [Текст] : конспект лекций / И. Л. Беликов. — Донецк : ДИТБ, 2000. — 152 с.
3. Биржаков М. Б. Введение в туризм [Текст] / М. Б. Биржаков. — С-Пб : Изд. дом Герда, 2003. — 320 с.
4. Божук Т. І. Оцінка сакрально-туристичних об'єктів [Текст] / Т. І. Божук // Науковий Вісник Чернівецького університету. — Випуск 391. — 2008. — С. 76–86.
5. Божук Т. І. Перспективи розвитку релігійного туризму в Закарпатті // Сталий розвиток Карпат : сучасний стан та стратегія дій [Текст] : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. / Т. І. Божук. — Львів, 2006. — С. 115–118.
6. Божук Т. І. Релігійний туризм: термінологічний словник-довідник [Текст] / Т. І. Божук. — Л : Український бестселер, 2010. — 152 с.
7. Божук Т. І. Релігійний туризм: становлення і функціонування // Географія і туризм: європейський досвід [Текст] : мат. III міжнар. конф., Львів-Брюховичі, 9–11 жовтня 2009 р. / Т. І. Божук. — Львів, 2009. — 27–30 с.
8. Дуткіна О. П. Релігійне паломництво як перспективний вид туризму. Туристичні ресурси України [Текст] : туристичний щорічник / О. П. Дуткіна. — К. : ІТФПУ, 1996. — 112–116 с.
9. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія : Поняття і терміни [Текст] : навч. посіб. / О. В. Ільїна. — Луцьк : Терен, 2004. — 104 с.
10. Кадацька Ю. А. Релігійний туризм в Україні. [Електронний ресурс] / Ю. А. Кадацька. — Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-29/chapter-1342>.
11. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Текст] : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги-XXI, 2003. — 300 с.
12. Ковальчук А. С. Географія релігії в Україні [Текст] : моногр. / А. С. Ковальчук. — Львів : ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. — 308 с.
13. Ковальчук А. С. Релігійний туризм в Україні : проблеми і перспективи розвитку // Україна та глобальні процеси : географічний вимір [Текст]: Зб. наук. праць: у 3 Т. К.; / А. С. Ковальчук. - Луцьк : Вежа, 2000. Т. 1. 365-367. с
14. Мініч І. М. Навчально-методичний посібник вивчення дисципліни «Технологія (туристської)галузі» для студентів вищих навчальних закладів економічних спеціальностей [Текст] / І. М. Мініч. — К. : КУТЕП, 2006. — 163 с.
15. Устименко Л. М. Основи туризмознавства [Текст] : навч. посібник / Л. М. Устименко. — К : Альтерпрес, 2009. — 320 с.
16. Христов Т. Т. Религиозный туризм [Текст] : учебное пособие / Т. Т. Христов. — М. : Академия, 2005. — 288 с.
17. Gaworecki Własław. Turystyka. Warszawa : Polskie Wyd-wo Ekonomiczne / W. Gaworecki, 2003. — 438 s.
18. Jackowski A. Pielgrzymki i turystyka religijna w Polsce. Warszawa / A. Jackowski. : Instytut turystyki, 1991. — 184 s.

Милашовска О. И., Удовенко А. М., Капустей М. И.

ГЕНЕЗИС, ВИДЫ И ОСОБЕННОСТИ РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА

В статье проанализирован подходы разных авторов к пониманию понятия «религиозный туризм», определено основную роль сакральных объектов в развитии религиозного туризма, охарактеризованы функции религиозного туризма и отличительные черты от паломничества, представлены основные виды религиозного туризма и охарактеризован он региональные особенности.

Ключевые слова: религиозный туризм, паломничество, сакральные объекты, участники религиозных турб.

Milashovska O. I., Udovenko I. M., Kapustey M. I.

GENESIS, KINDS AND FEATURES OF RELIGIOUS TOURISM

In the article, going of different authors is analysed near understanding of concept «religious tourism», certainly basic role of sakral'nikh objects in development of religious tourism, the functions of religious tourism and distinguishing features are described from a pilgrimage, the basic types of religious tourism are presented and he is described regional features.

Keywords: religious tourism, pilgrimage, sakral'ni objects, participants of religious rounds.

УДК 911.3

Вільчинський А. О.

ЗАМКОВИЙ ТУРИЗМ В МЕЖАХ ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО ПРИДНІСТЕР'Я : АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена розгляду проблеми замкового туризму в межах території Тернопільського Придністер'я. Проаналізовано особливості розташування, стан збереження історико-архітектурних споруд на півдні області, зазначено основні причини нерозвинутості замкового туризму та окреслено основні шляхи розвитку відповідної туристичної галузі і вектори її популяризації.

Ключові слова: замки, замковий туризм, Тернопільське Придністер'я, туристичний маршрут, туристичний потенціал.

Замковий туризм як різновид культурно-пізнавального передбачає відвідування туристами замків і замкових споруд, фортець, укріплень, валів та інших об'єктів, що належать до історико-архітектурної та культурної спадщини. Відповідно, цей напрям туризму тісно пов'язаний із місцями історичних битв, давніми кордонами князівств і держав та зосереджений у регіонах із багатим історико-архітектурним потенціалом. Актуальність наукового повідомлення зумовлена, насамперед, незадовільним станом розвитку замкового туризму, недостатньою рекламно-маркетинговою компанією та майже повною відсутністю розроблених туристичних маршрутів та тематичних турів. У зв'язку з цим, важливим аспектом розвитку замкового туризму залишається створення та функціонування сітки інформаційно-туристичних краєзнавчих центрів та інфотурпунктів, які успішно функціонують у Польщі, Німеччині, Чехії, Франції, Великобританії та інших країнах Європи та світу.

До перспективних у плані розвитку замкового туризму належить Тернопільське Придністер'я, зокрема територія у межах Борщівського, Заліщицького, Бучацького та Монастирського районів. Ці землі в усі часи були ласим шматком для загарбників: родючі ґрунти, м'який клімат та вдале розташування на перетині етнічних земель Поділля та Галичини сприяли розвитку регіону. Крім того, територія Західного Поділля була умовним форпостом Речі Посполитої від турецько-татарських навал. У межах Придністер'я найщільніша в Україні сітка фортифікаційних споруд, родових замків та палаців. Тільки на території чотирьох вищезгаданих адміністративних районів Тернопільської області розташовано 10 замків й один палац, а саме: у Борщівському районі — с. Окопи (фортеця Святої Трійці (руйни) 1692 р.), с. Кудринці (руйни замку XVI ст.), смт. Скала-Подільська (руйни замку 1518 р. — XVIII ст.), с. Кривче (руйни замку 1650 р.), с. Висічка (руйни замку XVII–XVIII ст.); у Заліщицькому районі — с. Нирків (руйни Червоногородського замку XVII–XIX ст.); у Бучацькому районі — с. Язловець (замок XIV–XVIII ст.), м. Бучач (замок XIV ст.), с. Підзамочок (замок 1600 р.), смт. Золотий Потік (замок XVII ст.); у Монастирському — смт. Коропець (палац графа Станіслава Бадені 1906 р.). Перелік подано з південного-сходу на північний захід.

Серед вітчизняних науковців, які приділяли увагу в своїх дослідженнях розвитку замкового туризму в Тернопільській області та Придністер'ї зокрема, аналізували проблеми недостатньої розробленості туристичних маршрутів та тематичних турів, рекламно-маркетингової діяльності в туристичній галузі, слід назвати Г. Денисика, О. Заставецьку, М. Рутинського, Н. Антонюк, М. Мальську, Р. Підставку, О. Шаблія, Я. Мариняка.

Метою наукового дослідження є простежити стан розвитку замкового туризму на території Тернопільського Придністер'я, докладніше зупинитися на проблемах роз-

робки та впровадження туристичних маршрутів та тематичних турів, розглянути інші аспекти, що визначають подальші перспективи розвитку цієї туристичної галузі на півдні Тернопільської області.

Тернопільська область, а особливо територія Дністровського каньйону, характеризується високою насиченістю історико-архітектурними об'єктами і має всі передумови для розвитку замкового туризму, який може розвиватися паралельно з ностальгійним, фестивальним, сімейним, конференц-туризмом та іншими видами туризму. Проте, основою для його розвитку є багатий історико-архітектурний і культурний потенціал та вміння подати необхідну туристичну промо-інформацію. Розробка тематичних маршрутів із безліччю легенд є однією з основних передумов для виходу на загальнодержавні та світові масштаби.

У країнах Західної Європи замковий туризм уже давно є основою для розвитку пізнавальних та краснавчих маршрутів. Наприклад, у сусідній Польщі налічується біля півтори тисячі замків та фортець, частина з яких законсервована, а інша використовується з туристичною метою, тобто виконує роль музеїв, центрів фестивальних дійств, готелів, садіб і под. У Чехії прибутки від замкового туризму щорічно сягають 700–800 млн. євро. Чому ж більшість замків України та території Тернопільського Придністер'я не приносять прибутку, а знаходяться в занедбаному стані? Відповідь на це запитання шукає багато вчених та науковців, практиків у галузі туризму, представників влади та місцевих краєзнавців.

Детальніше зупинимося на кожному із замків, розташованих в межах Тернопільського Придністер'я, на їх історичній цінності та стані збереження.

Руїни фортечних мурів та в'їздні брами замку в с. Окопи Борщівського району розповідають сьогодні про бурхливі події минулого. Проте, чи не основою принадою села є його місце розташування — на крайньому півдні Борщівського району, в тому місці, де з'єднуються Збруч і Дністер. Таке розташування значною мірою забезпечує туристичну привабливість краю. Важливо, що через с. Окопи проходить траса та є мости через річку Збруч. Також перевагою є близькість до великих туристичних центрів міст Кам'янець-Подільського та Хотина.

Кудринецький замок — ще одне архітектурне диво Придністер'я. До нашого часу збереглася лише частина фортифікаційної споруди: південна, західна і північна стіни, залишки трьох башт.

До важливих туристичних об'єктів Борщівщини належать руїни замку в Скалі-Подільській. Сьогодні туристи можуть милуватися давнім кам'яним орнаментом, що обрамлює двері та вікна споруди. Важливим є розміщення смт. Скала-Подільська на шляху з Борщова до Кам'янець-Подільського та наявність залізничної станції. Крім замку, цікавими для туристів будуть: муріваний римо-католицький костел Успіння Божої Матері 1719 р. та мурівана Церква Успіння Пресвятої Богородиці 1917 р. М. Рутинський пропонує повністю відбудувати замок, розмістивши в ньому музейну експозицію і туристичний готель, що дасть змогу залучити його в комерційний масовий туристичний маршрут на рівні із сусідніми у Кам'янець-Подільському й Хотині [4, с. 145].

Село Кривче Борщівського району привабливе, насамперед, для спелеологів з усього світу. Тут розташована печера «Кришталева», довжина ходів якої біля 23 км. Проте зараз, коли ринок туристичних послуг потребує свіжих ідей, багато туроператорів поєднують спелеотури із замковими. Тому, важливим туристичним об'єктом с. Кривче є руїни замку 1650 р. До сьогодні збереглися шестигранні південно-східна і південно-західна вежі, а також замковий костел (XVII ст.).

У с. Висічка, що також знаходиться в межах Придністер'я, туристи зможуть відвідати руїни давнього замку. На жаль, на сьогодні збереглися лише фундамент та частина оборонної вежі, але навіть і те перебуває в занедбаному стані.

Червоногородський замок у с. Нирків Заліщицького району є умовним туристичним центром Тернопільського Придністер'я. Багато місцевих науковців та просто туристів вважає, що урочище Червоне — наймальовничіше місце півдня краю. Замок включено до більшості туристичних путівників по Тернопільській області. На жаль, війни ХХ ст. майже повністю зруйнували замок. Уціліли тільки дві циліндричні башти в неоготичному стилі із зубчастими коронами. Особливого інтересу замку додає те, що він розташований поряд із найвищим рівнинним водоспадом України — Джуринським, а земля навколо нього червоного кольору.

М. Рутинський зазначає, що Червоногородський замок «гостро потребує інвестора, який зумів би відновити його колишню велич. Розміщення в його стінах туристичного готелю, організація кінних маршрутів до Джуринського водоспаду висотою 16 м. та в каньйон Дністра одразу б перетворило цю мальовничу місцину на найпопулярніший рекреаційний центр Тернопільщини» [4, с. 136].

Наступним, популярним серед туристів, є палацово-замковий комплекс у с. Язловці Бучацького району. Укріплення засновано наприкінці XIV ст. Тут після неодноразових реконструкцій склався оборонний комплекс, що поєднав давню частину — верхній замок та пізнішу — нижній замок із палацом. Донині добре збереглася оборонна вежа з південно-західного боку. Особливе зацікавлення в туристів викликають в'їзni ворота та коридор, що пронизує башту наскрізь на рівні третього ярусу. Над воротами видніється різьблений кам'яний портал ренесансного стилю із зображенням герба панів Язловецьких [3, с. 183].

Дорогою на північний-захід наступним укріпленням буде замок XIV–XVIII ст. у м. Бучачі. Значних руйнувань йому було завдано в 1676 р. Залишки Бучацького замку є унікальною пам'яткою оборонного зодчества Поділля, в якій простежується історичний процес формування замків бастейного типу [2, с. 7]. Разом із ратушою 1750–1751 рр., комплексом монастиря от. Василіян та церквою і дзвіницею 1753 р. Бучацький замок є важливим туристичним об'єктом півдня Тернопільської області.

За інформацією комунального підприємства Тернопільської обласної ради «Тернопільський обласний інформаційно-туристичний краєзнавчий центр», Язловецький та Бучацький замки включені до 2-денного замкового туру «Кам'яне кільце Тернопільщини», в який також увійшли Кременецький, Збаразький, Теребовлянський, замок Гольських у м. Чорткові та інші фортифікаційні споруди Тернопільської області.

Поблизу м. Бучача в с. Підзамочок збереглися руїни баштового замку з характерним для Поділля ренесансним декором. Важливим для цього туристичного об'єкту є розташування — поруч із м. Бучачем, та с. Рукомищем, відомим своїм скельно-печерним храмом.

Далі на південь, у смт. Золотий-Потік, розташований ще один замок, за планом подібний на квадрат.

Багате Тернопільське Придністер'я і на пишні палаці. Один із них знаходиться в смт. Коропець Монастириського району майже над самим Дністром. Це палац графа Станіслава Бадені. Будівля збудована у класично-синкретичному стилі з розкішними бароковими ліпленими геральдичними атрибуутами. Після того, як у смт. Коропці почали проводити щорічний кулінарний фестиваль «КоропФест», про палац дізналося багато туристів.

Усі згадані замки та палаці є надбанням нашої держави та українського народу. Незважаючи на це, їхній зовнішній вигляд, стан мурів та веж перебуває в досить-таки поганому стані. За словами Т. Заставецького, це зумовлено тим, що більшість з них «лежить далеко від транспортних шляхів, про них нечасто згадується в пізнавальних

джерелах, а також недостатністю коштів місцевої влади, недосконалоту туристичною інфраструктурою та відсутністю кваліфікованих спеціалістів у галузі туризму» [1, с. 93].

Частина замків Придністер'я входить до складу Національного заповідника «Замки Тернопілля», зокрема оборонні споруди у смт. Скала-Подільська, с. Кривче, с. Язловець, с. Підзамочок, смт. Золотий Потік [5], проте приналежність їх до заповідника тільки частково сприяє популяризації цих об'єктів серед туристів.

Однією з основних проблем незадовільного розвитку замкового туризму в Тернопільському Придністер'ї є майже відсутня база туристичних маршрутів і тематичних турів, недостатня рекламно-маркетингова кампанія.Хоча, з огляду на привабливість території, багатий історико-архітектурний і культурний потенціал є всі передумови для розвитку цього виду туризму в краї.

Розглянувши проблеми, пов'язані з розвитком замкового туризму в межах Тернопільського Придністер'я, основними завданнями, спрямованими на підвищення туристичних потоків, вважаємо: популяризацію пам'яток архітектури; створення туристично-архітектурних ансамблів в межах одного чи декількох населених пунктів; залучення фахівців туристичної сфери, науковців, активних мандрівників до розробки туристичних маршрутів по замках Придністер'я та включення їх у туристичні путівники.

Маршрути пропонуємо диференціювати:

- за тривалістю — одно-, дво- і триденні та ін. (наявні всі об'єкти);
- за способом переміщення — піші (Бучач–Підзамочок), кінні (Язловець–Нирків), велотури (Підзамочок–Язловець–Нирків, Окопи–Кудринці, Язловець–Золотий потік), сплави (Коропець–Нирків–Окопи (по Дністру), Підзамочок–Бучач–Язловець (по Стрипі), Скала-подільська–Кудринці–Окопи (по Збручі), автомобілем чи іншим транспортним засобом (всі наявні об'єкти) та ін.
- за тематикою — «Велич давніх мурів» (усі замки та їх руїни), «Історія і природа» (Нирків, Кудринці, Язловець) та ін.

Важливим кроком щодо покращення розвитку замкового туризму вважаємо створення сітки місцевих інформаційно-туристичних краєзнавчих центрів у м. Бучач, м. Заліщики, м. Борщів, смт Товсте, смт Коропець та інформаційно-туристичних пунктів у безпосередній близькості до туристичних об'єктів, завданням яких є сприяти популяризації території краю серед українських та іноземних туристів.

Основними напрямами роботи місцевих інфотурцентрів (3–4 працівники) повинністати: проведення рекламино-інформаційної та консалтингової діяльності у сфері туризму, промоція свого регіону; друк періодичних видань із метою створення позитивного привабливої іміджу території; участь у виставках, фестивалях, ярмарках та інших публічних заходах як регіональних або всеукраїнських, так і міжнародних; організація та проведення прес-турів для представників українських та іноземних ЗМІ та промоторів для представників туристичного бізнесу; видавнича та поліграфічна діяльність, торгівля поліграфічною продукцією; виробництво та продаж сувенірів і туристичного спорядження; участь у супутніх проектах, наприклад «Туристичні марки України», та в розробці та реалізації інвестиційних проектів у галузі туризму у своїх регіонах.

Тоді як робота інфотурпунктів (1 працівник зі знанням іноземної мови) полягає на самперед у наданні швидкої та якісної інформації про об'єкт і можливості доїзду до нього та продажі поліграфічної та сувенірної продукції, пов'язаної з об'єктом.

Проаналізувавши туристичний потенціал на території Тернопільського Придністер'я, зокрема історико-архітектурну спадщину, розглянувши основні проблеми, констатуємо, що в краї є всі передумови для успішного розвитку замкового туризму. Тому, праця в цьому напрямку належить до перспективних векторів у функціонуванні тури-

тичної галузі в Тернопільській області. Тільки скоординовані дії фахівців у туристичній сфері, науковців, журналістів, а також представників влади та бізнесових структур можуть забезпечити вирішення окреслених завдань.

Література

1. Дударчук К. Д., Заставецький Т. Б. Фортеці Придністер'я: сучасний стан збереження і напрями використання у туристичній діяльності [Текст] / К. Д. Дударчук, Т. Б. Заставецький // Дністровський каньйон — унікальна територія туризму. — Тернопіль : Підручники і посібники, 2009. — С. 93–94.
2. Лисевич М. В. Проблеми раціонального використання об'єктів культурної спадщини і природно-заповідного фонду для розвитку туризму і відродження малих історичних міст Тернопільської області [Текст] / М. В. Лисевич // Вісник наукових досліджень. Сер. Туризм. — Тернопіль, 2006. — С. 7–16.
3. Мельничук Б., Германович П. Язловець // Тернопільський енциклопедичний словник [Текст] / Б. Мельничук, П. Германович. — Тернопіль : видавничо-поліграфічний комбінат «Збруч», 2008. — Т. III.
4. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні [Текст] : навч.посіб. / М. Й. Рутинський. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 432 с.
5. Розділ замки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://nzzt.com.ua>.

Вильчинский А. О.

ЗАМКОВЫЙ ТУРИЗМ В ПРЕДЕЛАХ ТЕРНОПОЛЬСКОГО ПРИДНЕСТЕРЬЯ : АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Статья посвящена рассмотрению проблемы замкового туризма в пределах территории Тернопольского Приднестерья. Проанализированы особенности расположения, состояние сохранения историко-архитектурных сооружений на юге области, указаны основные причины неразвитости замкового туризма и намечены основные пути развития соответствующей туристической отрасли и векторы ее популяризации.

Ключевые слова: замки, замковый туризм, Тернопольское Приднестерье, туристический маршрут, туристический потенциал.

Vilchynskyi A. O.

CASTLE TOURISM WITHIN TERNOPILO DNISTER REGION: PERSPECTIVE OF DEVELOPMENT

The article deals with the problem of castle tourism within the territory of the Ternopil Dnister region. The peculiarities of the location, the condition of preservation of the historical-architectural buildings in the south of region are analyzed, the main reasons of the underdevelopment of the castle tourism are pointed out and the main ways of development of corresponding tourist industry and vectors of its popularization are outlined.

Keywords: castles, castle tourism, Ternopil Dnister region, tourist route, tourist potential

УДК 2-523.41:272(477.43):338.48

Оп'я Б. О.

КОСТЬОЛ СВ. ПЕТРА І ПАВЛА ЯК ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ ІСТОРИКО-АРХІТЕКТУРНОГО ЗАПОВІДНИКА «КАМ'ЯНЕЦЬ»

У статті охарактеризовано костьол св. Петра і Павла у м. Кам'янець-Подільський як один з важливих туристичних об'єктів історико-архітектурного заповідника «Кам'янець».

Ключові слова: костьол, туристичний об'єкт, заповідник.

Туризм в Україні є однією з найпотужніших галузей економіки, яка попри кризу, за належної організації діяльності приносить пристойний дохід. Кам'янець-Подільський є одним з головних туристичних центрів України, в якому постійно проводяться заходи, спрямовані на розвиток туристичної сфери. Це фестивалі: «Козацькі забави», «Терра геройка», «Весільна фортеця», конкурси молодих виконавців та багато інших заходів, які приваблюють до себе туристів з різних країн світу. Однією з найвідоміших архітектурних пам'яток міста є костьол св. Петра і Павла, котрий, окрім свого релігійного призначення, є важливим туристичним об'єктом заповідника «Кам'янець». Для повноцінного використання цього об'єкту у туристичній діяльності необхідно всебічно дослідити історію його заснування та функціонування.

Важливе значення костьолу св. Петра і Павла в архітектурному ансамблі Старого міста зумовило посилену увагу до цього об'єкту з боку істориків та краєзнавців. Серед багатьох науковців, праці котрих дотично стосуються теми роботи, варто відзначити І. Винокура, Г. Хотюна, М. Петрова, О. Будзея, О. Завальнюка, О. Комарницького, І. Смирнова. Втім, у їхніх працях костьол св. Петра і Павла розглядається серед довгого ряду інших архітектурних споруд Кам'янця-Подільського, причому, суто в історичному контексті. Тому, є необхідність оцінити цю архітектурну пам'ятку з точки зору можливостей її використання у туристичній сфері.

Розкрити значення костьолу св. Петра і Павла у розвитку туризму в історико-архітектурному заповіднику «Кам'янець».

Там, де стрімкий примхливий Смотрич омиває скелясті береги, розкинулося мальовниче, своєрідне і неповторне місто Кам'янець-Подільський, котре має багату історико-архітектурну спадщину. Архітектура Старого міста-заповідника зберегла зразки культур різних народів (українців, поляків, вірмен, турків, росіян) та релігій (православної, католицької, юдейської, мусульманської).

На сьогоднішній день головним завданням влади є збереження та розвиток унікального комплексу та історичних, архітектурних і природно-ландшафтних пам'яток на території Національного історико-архітектурного заповідника «Кам'янець» та створення тут сучасного культурно-туристичного центру.

Мальовнича природа, стародавні архітектурні та історичні пам'ятки завжди приваблювали тисячі туристів до Кам'янця-Подільського. Здивувати та зацікавити туристів у цьому місті завжди було чим. На сьогоднішній день Старе місто — це 4 майдани, 21 вулиця, 2 узвози та 5 провулків, тобто 32 топографічні об'єкти [1, с. 21].

Кожна з вулиць, майданів, узвозів, провулків Старого міста має свою неповторну цікаву історію. Одним з найбільш популярних туристичних об'єктів є костел св. Петра і Павла XV–XVIII ст., котрий називають «Малим Вавелем Поділля» [1, с. 72].

З часу запровадження кам'янецької католицької кафедри — адміністративного центру католицької церкви на Поділлі — було збудовано дерев'яний костьол, який на початку XV ст. згорів під час пожежі, котра охопила значну частину міста. З того часу

у місті запроваджується кам'яне будівництво, а на місці дерев'яного костелу будується кам'яний у романському стилі [4, с. 27].

У 1460 р. польський король Казимир дозволив Кам'янецькому єпископству брати «десятину» з 32 сіл Кам'янецького, Вінницького та Скальського старостств, у XVIII ст. польський король подарував костелу ще 15 сіл. У результаті чого у костелу накопичилися значні кошти, які використовувалися для розширення та оздоблення осередку католицької віри творами мистецтва. У середині XVI ст. до костелу прибудовують каплицю єпископа, а у 1628 р. — після пожежі 1616 р. — ще дві каплиці для радників (з південного боку) та звичайну (з північного), в підземеллі якої ховали померлих єпископів [3, с. 32].

У період турецького панування на Поділлі (1672–1699 рр.) костел використовується як головна мечеть мусульманства, у зв'язку з чим до західного боку приміщення прибудовується мінарет. Загальна висота мінарету від підніжжя каплиці до півмісяця — 36,5 м [8, с. 53]. Мінарет побудований з тесаних блокам'яних блоків. Скріплених залізом і свинцем. До завершення у вигляді десятигранної кам'яної чаши ведуть 137 кам'яних сходинок, загальна кількість сходинок — 146 [6, с. 160]. За часів турецького володарювання на подвір'ї костелу було збудовано чудовий фонтан — пам'ятник померлій малолітній донці завойовника Галіль-паші [7, с. 36]. На жаль, цей фонтан не зберігся до наших днів, але це був справжній витвір мистецтва: холодний мармур так конденсував вологу з повітря, що через певний проміжок часу в чашу фонтану падала одна-єдина краплина: камінь оплакував померлу дівчину [5, с. 23].

Із Стамбула до Кам'янця-Подільського був завезений кам'яний ажурний амвон. Мусульманський проповідницький амвон знаходився в костелі Домініканського чоловічого монастиря з кінця XVII ст. до 1930-х років. Залишаючи Кам'янець, турки не спромоглися вивезти амвон, але домовилися про його збереження. У першій половині ХХ ст. він був перенесений в костел св. Петра і Павла. Мембар являє собою кам'яну споруду, що складається з двох з'єднаних частин. Амвон прикрашає вишуканий різьблений декор (арабеска) [6, с. 161].

Після визволення міста від турецьких завойовників на мінареті було встановлено дерев'яну скульптуру Діви Марії. У 1756 р. до Кам'янця була привезена з Гданська скульптура Божої Матері висотою 4,5 м, виготовлена зі сплаву міді і срібла, яку й встановили на мінареті, поверх мусульманського півмісяця. Цим підкреслювалася перемога християнства над мусульманством [2, с. 46].

Протягом довгих років існування, в результаті численних перебудов та реставрацій, споруда увібрала в себе риси багатьох архітектурних стилів — від готики і ренесансу до бароко та псевдоготики. Внаслідок цього утворився цілісний неповторний комплекс, у якому накопичилася значна кількість творів мистецтва, таких як вівтар в ім'я св. Апостолів Петра і Павла, вирізьблений з дерева місцевими майстрами у XVIII ст.; вівтар св. Трійці, прикрашений іконою роботи художника Мірецького та багато інших. Особливою увагою серед туристів користується надмогильний пам'ятник Лаурі Пшездецькій (1876 р.) роботи відомого скульптора, професора Петербурзької академії мистецтв В. Бродського. Пам'ятник виготовлений з білого каарського мармуру. На античному ложі спляча молода дівчина, і лише Купідон біля її ніг, з опущеним додолу смолоскипом є свідченням її згаслого життя. Ще одним символом передчасної смерті — недочитана книга, закладена лавровою гілкою на 21 сторінці. Лаура Пшездецька була доночкою відомих подільських магнатів, і трагічно загинула на 21-му році життя. Пам'ятник — одна з найкращих робіт Бродського [6, с. 164–165].

Невід'ємним елементом Кафедрального костелу є дзвіниця, збудована в кількох метрах від костелу у 1646–1648 рр. У середині XVIII ст. дзвіниця була декорована у

стилі бароко. Зовнішній об'єм цієї споруди розчленовувався уступами стіни на три масиви — заввишки 7,7 і 10 м. На висоті 14 метрів проходив білокам'яний гзимс. Кути дзвіниці було складено з великих білокам'яних тесаних блоків. Дзвіниця заввишки 40 м домінувала в силуеті міста [10, с. 134]. У січні 1993 р. на дзвіниці було встановлено нові дзвони, котрі відлили в Перемишлі зі сплаву міді та олова. Перший дзвін важить 1200 кг і має діаметр 130 см. На дзвоні зображені фігури Богородиці та Ісуса Христа. Другий дзвін важить 750 кг і має діаметр 90 см, на ньому зображені фігури Петра і Павла. Третій дзвін важить 350 кг і має діаметр 60 см, на ньому зображені святого Станіслава Костки [1, с. 172–174].

На території костелу також знаходитьться палац Подільського католицького єпископа. Ця будівля розташована навпроти головного фасаду Кафедрального костелу, побудована у 1627 р. для подільських католицьких єпископів. У роки турецького панування в Кам'янці-Подільському палац був зруйнований. У XVIII ст. палац відбудували. Після переходу Кам'янця до Росії (1793 р.) палац єпископа у 1796 р. конфіскували держава, а далі його придбав граф Янглін і пожертвуав під повітове училище. Після придушення польського повстання 1831 р. училище закрили, а в будинку тимчасово розмістили повітову гімназію. У 1850–1854 рр. під керівництвом архітектора Шлейфена будинок перебудували, тут розмістилося двокласне, а пізніше п'ятикласне училище. Під час Другої світової війни палац єпископа було зруйновано. У повоєнний період його відбудували і деякий час там знаходився металоштампувальний завод. У 1991 р. палац було передано римо-католицькій громаді і тепер у ньому проживають подільські католицькі єпископи [1, с. 174–175].

Єдиний з костелом ансамбль складає Тріумфальна арка XVIII ст. — чудовий зразок пізнього бароко, що зберігся без жодної перебудови і належить до ряду першокласних архітектурних витворів майстрів XVIII ст. [9, с. 157]. Арка побудована в 1781 р. на честь відвідин костелу св. Апостолів Петра і Павла польським королем Станіславом Августом. Тріумфальна арка являє собою квадратну в плані споруду, що складається з двох пілонів, з'єднаних пучковим склепінням, під яким знаходитьться арковий прохід. Побудована брама з цегли і облицькована білокам'яними тесаними плитами. Парадний вигляд і красу брамі надає скульптурна композиція. В завершенні по кутах на невисоких п'єdestалах встановлено статуї янголят на акротеріях. В центрі височить статуя святого Яна Непомука [6, с. 154–155].

Місцеві жителі наділяють це місце магічною силою, за легендою, якщо проходиш під аркою та загадуеш своє найзаповітніше бажання, воно обов'язково здійсниться. До відома туристів доводиться це повір'я й бажаючі можуть випробувати магічну силу арки на собі.

Усі, хто вперше їде у Кам'янець-Подільський, хочуть побачити його фортецю та насамперед прямують до неї. Та це й зрозуміло, протягом століть Стара фортеця витримала навали численних завойовників від монголо-татар до німецько-фашистських загарбників. Однак, крім Старої фортеці у Кам'янці-Подільському є багато менш відомих, та не менш цікавих історико-архітектурних пам'яток, котрі можуть подарувати гостям міста незабутні враження від їх споглядання та історії виникнення. Саме до таких пам'яток належить Кафедральний костел св. Петра і Павла, котрий любовно називають «Маленьким Вавелем Поділля» не лише за його досконалу архітектуру, в якій знайшли втілення майже всі архітектурні стилі, а й завдяки важливому значенню костелу в духовному житті краю. На сьогоднішній день Кафедральний костел св. Петра і Павла є центром римо-католицької громади міста та району, тож він виступає водночас релігійним, культурним та туристичним осередком історико-архітектурного заповідника «Кам'янець».

Література

1. *Будзей О.* Вулицями Кам'янця-Подільського [Текст] / Серія «Історичні місця України» / О. Будзей. — Львів : Світ, 2005. — 272 с.
2. *Винокур І. С.* Кам'янець-Подільський державний історико-архітектурний заповідник [Текст] / І. С. Винокур, Г. М. Хотюн. — Львів : Каменяр, 1981. — 95 с.
3. *Завальнюк О. М.* Кам'янець-Подільський: історія і сучасність [Текст] / О. М. Завальнюк, О. Б. Комарніцький. — Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006». — 2011. — 136 с.
4. *Завальнюк О. М.* Нариси з історії Кам'янця-Подільського [Текст] / О. М. Завальнюк, О. Б. Комарніцький. — Львів : Центр Європи, 2006. — 136 с.
5. *Захарченко І.* Чарівність і велич, як квітка Гавринія [Текст] / І. Захарченко // Місто, в якому мріють ангели. — К. : ТОВ «СТ-ДРУК». — 2008. — С. 13–24.
6. Кам'янець-Подільський [Текст]: туристичний довідник. — Львів–Кам'янець-Подільський : Центр Європи, 2003. — 320 с.
7. *Несвіт Н. В.* Літопис у камені [Текст] / Н. В. Несвіт, О. Я. Степура. — К. : Будівельник, 1972. — 60 с.
8. *Петров М. Б.* Історична топографія Кам'янця-Подільського кінця XVII–XVIII ст. (Історіографія. Джерела) [Текст] / М. Б. Петров. — Кам'янець-Подільський : Абетка-НОВА, 2002. — 384 с.
9. *Петров М. Б.* Місто Кам'янець-Подільський в 30-х роках XV–XVIII століття: проблеми соціально-економічного, демографічного, етнічного та історико-топографічного розвитку. Міське і замкове управління [Текст] / М. Б. Петров. — Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2012. — 480 с.
10. *Пламеницька О.* Сакральна архітектура Кам'янця на Поділлі [Текст] / О. Пламеницька. — Кам'янець-Подільський : АБЕТКА, 2005. — 388 с.
11. *Смирнов І. Г.* Логістичний аспект туристичних чудес України: заповідник «Кам'янець» [Текст] / І. Г. Смирнов // Рекреаційна географія й географія туризму. — 2001. — № 9. — С. 129–137.

Oprya B. A.

КОСТЕЛ СВ. ПЕТРА И ПАВЛА КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ ИСТОРИКО-АРХИТЕКТУРНОГО ЗАПОВЕДНИКА «КАМЕНЕЦЬ»

В статье охарактеризован костел св. Петра и Павла в г. Каменец-Подольский как один из важных туристических объектов историко-архитектурного заповедника «Каменець».

Ключевые слова: костел, туристический объект, заповедник.

Oprya B. O.

CATHEDRAL OF ST. PETER AND PAULAS TOURIST ATTRACTIONS HISTORICAL-ARCHITECTURAL RESERVE «KAMIANETS»

The article characterized the church of St. Peter and Paul in Kamianets-Podilskyi as one of the important tourist sites of historical and architectural reserve «Kamenetz».

Key words: church, tourist attraction, reserve.

Розділ 7.
РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

УДК 338.486:712.24:379.85(477)

Самодай В. П., Романенко С. П.

**ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНІВ
УКРАЇНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

Досліджено окремі регіони України з точки зору наявності природних, історико-культурних, соціальних ресурсів, необхідних для розвитку сільського зеленого туризму.

Ключові слова: сільський зелений туризм, туристичні регіони України, туристичні ресурси.

Формування будь-якого туристичного ринку є наслідком взаємодії багатьох чинників. Туристична індустрія є основною складовою розвитку туризму, масштаби якої визначаються туристичним потенціалом окремого регіону. Останнім часом у світі спостерігається тенденція до зростання загальної кількості споживачів туристичних послуг, кількість яких на сьогодні (за даними UNWTO) становить близько одного мільярда чоловік. За прогнозами провідних науковців, ХХІ століття слід уважати саме століттям туризму. Зі зростанням масштабів туристичних потоків, змінюються і пріоритетні види туризму. У сучасному світі спостерігається зміщення масового туристичного інтересу від звичайних відпочинкових поїздок до змістовних, пізнавальних подорожей. Тому, дедалі більшої популярності набувають саме подорожі в сільську місцевість.

Туризм суттєво впливає на економічний і соціальний розвиток країни загалом, та окремих її регіонів зокрема. При цьому особливого значення набуває дослідження природно-ресурсного потенціалу певного регіону. Сільський зелений туризм є одним із найбільш перспективних напрямів відродження та розвитку українського села, загального покращання економічного розвитку регіону. Сільський туризм використовує наявні ресурси, не виснажуючи їх, і, крім того, підвищує рівень життя сільського населення. Тому, розвиток сільського зеленого туризму на території України є дуже важливим та актуальним питанням.

Питання розвитку сільського туризму в Україні набувають особливої актуальності, але поряд з тим недостатньо дослідженні науковцями. Ю. Зінько у своїх працях дослідив основні теоретичні аспекти діяльності у сфері сільського туризму. Деякі риси сільського туризму та особливості його розвитку висвітлено у краєзнавчих дослідженнях М. Рутинського та В. Петранівського. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні окреслено у статтях В. Васильєва та П. Горішевського. У працях С. Дорогунцова, М. Колосовського ґрунтовно досліджено питання теорії і методики територіальної організації господарства. Але, водночас, можливості становлення та організації сільського туризму на території України ї надалі залишаються не повністю розкритими і потребують подальшої наукової розробки.

Мета статті — визначити основні туристичні ресурси, що є необхідні для розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

У Європі сільський зелений туризм почав розвиватися ще на початку другої половини ХХ століття. На сьогодні він досяг значного рівня розвитку й отримав

державну підтримку у вигляді програм залучення сільських громад до зеленого туризму. А в Україні сільський туризм почав розвиватися лише наприкінці ХХ ст., на той час в Україні функціонувало лише декілька приватних садиб.

Україна серед європейських держав відзначається великою різноманітністю ландшафтів, значним історико-культурним потенціалом, етнічною та фольклорною спадщиною. Якщо Україна раціонально використовуватиме туристично-рекреаційний потенціал, це стане найдієвішим важелем для покращання економічного розвитку, підвищення забезпеченості та якості життя населення, поліпшення екологічної ситуації держави. Маючи досить потужний потенціал для розвитку сільського туризму, в Україні попитом користуються в основному лише традиційні види туризму, а саме виїзний і внутрішній (курортний). Відпочинок у сільській місцевості, який за прогнозами експертів стане надзвичайно популярним у найближчому майбутньому, залишається тільки на початковому етапі розвитку [6].

Нині в Україні лише у 18 областях спостерігається розвиток сільського туризму. Тільки близько 1000 господарств запрошуєть відпочити у своїх оселях. Із загальної кількості 90 % сільських туристичних садиб зосереджені у традиційних туристичних регіонах: у Криму, Причорномор'ї, Приазов'ї, Карпатах (майже 70 %). Як правило, ці об'єкти розташовані поблизу відомих курортно-рекреаційних центрів, баз відпочинку та гірськолижних курортів. Вони спеціалізуються на прийомі туристів у зимовий та літній сезони. І найчастіше гостей приймають без усяких фольклорних особливостей, якими, власне, сільський туризм і відрізняється від інших видів туризму [4].

Для активізації сільського зеленого туризму на території України у 1996 році було створено громадську організацію — Спілку сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Діяльність цієї організації полягає у зборі й узагальненні даних з різних регіонів країни, проведенні різноманітних конференцій і тематичних виставок з метою популяризації відпочинку в сільській місцевості, забезпеченії зайнятості сільського населення. З ініціативи Спілки у багатьох областях з'явилися центри сільського туризму.

Регіональні представництва Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні просувають близько 600 різних садиб загальною місткістю більше ніж 6 тис. місць, які щорічно приймають не менше як 800 тис. чол. До прикладу, у Польщі сільським туризмом займаються близько 12 тис. господарств, у Франції, Англії та Німеччині — не менш ніж 20 тис. у кожній країні [3].

Однією із найголовніших причин, через які розвиток в Україні сільського зеленого туризму гальмується, є недостатня зацікавленість держави. Не існує також чіткої нормативно-правової бази та концепції розвитку цього виду туризму. У деяких областях, зокрема на Західній Україні, місцеві держадміністрації намагаються сприяти розвитку зеленого туризму, проте, на заваді стає законодавча невизначеність [2].

Україна має необхідний потенціал для розвитку сільського туризму на своїй території. Адже в основі територіальної організації сільського зеленого туризму є наявність на цій території рекреаційних ресурсів (рис. 1).

Природні рекреаційні ресурси формують компоненти ландшафтних комплексів, їх властивості повинні мати сприятливі для рекреаційної діяльності якісні та кількісні параметри, що відповідають потребам відпочинку, лікування та оздоровлення суб'єкта рекреації. Рельєф, залежно від ступеня розчленованості, сприяє формуванню пішохідного, гірськолижного, водного та інших видів відпочинку, впливає на естетичність території. Кліматичні характеристики повинні враховувати сонячний, температурний, вітровий режими, вологість повітря та опади, що оцінюються з урахуванням фізіологічних особливостей людини та її потреб [1].



Рис. 1. Складові аресурсів сільського зеленого туризму [1]

Історико-культурні ресурси також визначають ступінь зацікавленості туристів у певній території. Завдяки наявності історико-культурних об'єктів виникає можливість створення пізнавальних екскурсій, які є невід'ємною складовою відпочинку в сільській місцевості, роблячи його більш насиченим.

До соціально-економічних ресурсів належить наявність необхідної інфраструктури (житлових будинків (садиб)), матеріальної бази, а також освічених та компетентних кадрів [1].

Кожен регіон в Україні має всі необхідні ресурси для розвитку сільського зеленого туризму (рис. 2).



Рис. 2. Інтенсивність розвитку сільського зеленого туризму в Україні

На сьогодні основним центром сільського туризму є Західний регіон, який включає чотири області — Івано-Франківську, Закарпатську, Львівську та Чернівецьку. Він займає переважаюче місце за обсягом попиту і пропозиції. Звичайно, найбільшу привабливість цього регіону становлять саме Карпати, особливо у зимовий і літній сезони. Основне, що приваблює туристів під час зимового відпочинку, — це катання на гірських лижах, а також відпочинок під час зимових свят у карпатському селі, серед мальовничих будинків, гірських пейзажів та народних традицій. Улітку, відпочинок у цьому регіоні — це незвичайні ландшафти, смерекові ліси, чисте повітря та гірські річки. Урізноманітнити

відпочинок можна збиранням лісових ягід і грибів, екскурсійними походами в гори та на полонини, виступами народних музикантів, відвідуванням унікальних дерев'яних церков та природних пам'яток, яких у Карпатах немало, доглядання за свійськими тваринами, бджолами, навчання народних промислів. Найпопулярніші центри сільського зеленого туризму в Карпатах — Яремче, Буковель, Ворохта, Яблуниця, Ясеня, Татарів, Верховина, Славське, Косів, Рахів та інші.

Заповідна горбиста місцевість — Розточчя, на Львівщині, може приваблювати туристів пам'ятками архітектури, відомими місцями, мальовничими скелями і гrotами [5].

Останнім часом якість обслуговування в господарствах сільського зеленого туризму цього регіону помітно зростає, про це свідчить те, що 27 садиб отримали відзнаку «Зелена садиба» Спілки сприяння сільського зеленого туризму від 1 до 3 (найвищої) категорії.

Північний регіон, до якого входять Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська та Сумська області, також володіє всіма необхідними ресурсами для розвитку сільського зеленого туризму. Однією із найважливіших особливостей є те, що цей регіон густо залісений, що дає змогу розвивати такі види дозвілля, як полювання (особливо в болотистій місцевості), збирання грибів, ягід, прогулянки по лісі. У Волинській області знаходиться водна перлина України — Шатські озера, які своєю красою можуть зацікавлювати велику кількість туристів. Київська та Чернігівська області привабливі не лише природними ресурсами, адже ще з часів існування Київської Русі на цих землях залишилося багато історико-культурних пам'яток, кожна з яких є частиною української історії. Наприклад, Київська область цікава пізньовальним відпочинком на мальовничих берегах Дніпра. У Кагарлицькому районі знаходиться історико-археологічний комплекс поселень трипільської культури. Привабливими є місто-музей у Переяславі-Хмельницькому та музей українського села під відкритим небом у Пирогово. Неабияким потенціалом для розвитку сільського зеленого туризму володіє і Сумщина. Густа річкова система, разом з природою лісостепу, утворюють досить привабливі ландшафти і створюють чудові умови для відпочинку на селі. А кожне село на Сумщині є своєрідною колискою української історії, культури і традицій.

Але, маючи такий потужний ресурсний потенціал, у Північному регіоні лише Київська (12 садиб з відзнакою «Зелена садиба») та Чернігівська (4 господарства з відзнакою «Зелена садиба») області на сьогодні намагаються розвивати сільський туризм.

Українське Поділля заслуговує на окрему увагу. До цієї історичної території належать Тернопільська, Вінницька і Хмельницька області. Надзвичайно приваблива ця місцевість своїми ландшафтами, сформованими невеликими горами — Кременецькими, Вороняками, Гологорами, Товтрами, Опіллям, а також мальовничими каньйонами Дністра та Південного Бугу з їх притоками. Ще в ранні часи через Поділля пролягали торгівельні шляхи та здійснювалися татаро-монгольські вторгнення, тому ця місцевість зберегла багато пам'яток оборонної архітектури. Найяскравішими з яких є Кам'янець-Подільська і Хотинська фортеці. Територія Поділля розташована на гіпсовых породах, які сприяють розвитку карстових процесів та утворенню карстових форм, особливо печер, яких тут нараховується більше сотні. Найвідомішою є «Оптимістична» — найдовша у Європі (207 км).

Маючи достатній потенціал для розвитку сільського туризму, цей регіон здатний зробити відпочинок по-своєму надзвичайним, завдяки впровадженню додаткових програм дозвілля: відвідування печер, освітньо-краєзнавчі програми, ліплення з натуральних матеріалів тощо. На сьогодні найбільшого розвитку в сільському зеленому туризмі досягла Хмельницька область (є садиби 3-ї, 2-ї та базової категорій).

Центральний регіон, що складається з Кіровоградської, Черкаської, Полтавської, Дніпропетровської та Запорізької областей, також насичений чудовими туристичними

ресурсами для розвитку сільського зеленого туризму. Полтава може приваблювати туристів відпочинком на берегах річок Хорола, Сули та Псла. Головними центрами зеленого туризму є селища Великі Сорочинці і Диканька, які історично пов'язані з Миколою Гоголем, а також село Опішня, яке на сьогодні називають «столицею українського гончарства». Для створення більш насиченого відпочинку можна розробити кінні прогулінки з відвідуванням пам'яток архітектури і природи. Цікавими для відвідування є ландшафтний парк «Диканський», садиба Кочубей, скіфське городище.

Дніпропетровська та Запорізька області є батьківчиною українського козацтва. Наприклад, у Дніпропетровській області (с. Могилів) знаходяться залишки давньої фортеці, а також козацькі церкви, та Орільський природний заповідник. А в селі Петриківка можна ознайомитися з історією петриківського розпису. Батьківчиною Тараса Шевченка та осередком українського козацтва вважається Черкаська. Вона атрактивна красвидами долини річки Рось, особливо, біля м. Корсунь-Шевченківський. У цьому краї можна збирати лікарські рослини, займатися сінокосом, ловити раків чи рибу.

Південний регіон включає весь Кримський півострів. Ізюмінкою Криму є його етнічна різноманітність. Саме завдяки сільському зеленому туризму виникає можливість поринути у спосіб життя кримських татар, греків, болгар та німців. Вивчити їх культуру і побут, спробувати страви національних кухонь, відвідати відомі природні та історико-культурні об'єкти. Миколаївська область відома живописною місцевістю берегів Південного Бугу. Природний парк «Гранітно-Степове Побужжя» відомий багатством флори і фауни, скельними ділянками каньйону річки. Ця місцевість чудово підходить для активного відпочинку. Атрактивною є природа ландшафтного парку «Кінбурнська коса», що у селі Покровка Очаківського району, де можна організувати незвичайний відпочинок з елементами екзотики. Також вражаючі ландшафти Ізмаїльського району (Одеська область), де знаходиться біосферний заповідник, система озер, де можна ознайомитися з культурою та звичаями різних націй, що проживають на цій території.

На сьогодні найменш розвиненим регіоном з точки зору сільського зеленого туризму є Східний регіон, до якого входять Харківська, Донецька, Луганська області. Але природа цього краю є досить привабливою, особливо долина річки Сіверський Донець з неповторними схилами. Відпочинок у селі можна поєднати з відвідинами соляних шахт у Артемівську. А господарі садиби зможуть розводити у своїх господарствах цікавих та екзотичних тварин, що зробить відпочинок туристів в їх оселі більш привабливим і насиченим.

Українське село має надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Наші села багаті індивідуальним житловим фондом та добрими і працьовитими людьми.

В Україні на сьогодні нараховується близько 27 тисяч сіл у 24 областях та Автономній Республіці Крим. Кожне село має потенціал для розвитку сільського зеленого туризму. Про це свідчить особлива природа кожного з окремих регіонів України, де концентрується історія, притаманна для того краю, традиції, культура та своєрідний спосіб життя. Але, незважаючи на те, що на території України багато історичних земель, гостинність господарів скрізь вражасє.

Наша країна має достатньо потужний ресурсний потенціал для розвитку сільського зеленого туризму.

Перспективи подальших розвідок необхідно спрямовувати на більш детальне дослідження туристичних ресурсів України, необхідних для розвитку сільського зеленого туризму, з метою подальшого їх використання під час створення сільських садиб.

Література

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методи аналізу, термінологія, районування [Текст] / О. О. Бейдик. — К. : Видавничо-полігр. центр «Київський університет», 2001. — Т. 17. — 395 с.
2. Горішевський П. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності [Текст] / Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. — Івано-Франківськ : Місто НВ, 2003. — 148 с.
3. Дейнеко Л. В. Сільський туризм як один із напрямів розвитку підприємництва на селі [Текст] / Л. В. Дейнеко, І. О. Іртищева, П. М. Купчак Економіка. Управління. Інновації. — 2010. — № 1 (3). — С. 87–93.
4. Кузик С. П. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України [Текст] / С. П. Кузик, М. Й. Рутинський, П. С. Кузик // Науковий вісник НУБіЛ України. — 2011. — № 163. — С. 25–29.
5. Любіцьєва О. О. Розвиток екологічного туризму в Україні [Текст] // Економічна та соціальна географія : зб. наук. Праць [ред. кол. : С. І. Ішук (відп. ред.) та ін.]. — К., 2002. — Вип. 53. — Т. 17. — С. 189–196.
6. Олексюк С. М. Концепції розвитку зеленого туризму в регіоні [Текст] / С. М. Олексюк, В. Д. Пепеля, Н. М. Загайна // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. — 2010. — Вип. 3. — С. 165–169.

Самодай В. П., Романенко С. П.

ХАРАКТЕРИСТИКА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ УКРАИНЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМА

Исследованы отдельные регионы Украины с точки зрения наличия природных, историко-культурных, социальных ресурсов, необходимых для развития сельского зеленого туризма.

Ключевые слова: сельский зеленый туризм, туристические регионы Украины, туристические ресурсы.

Samoday V. P., Romanenko S. P.

CHARACTERISTIC TOURISM POTENTIAL OF THE REGIONS OF UKRAINE FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM

Some regions of Ukraine are examined, in terms of the availability of natural, historic, cultural and social resources necessary for the development of rural tourism.

Keywords: rural green tourism, tourist regions of Ukraine, tourist resources.

УДК 333.48+331.5024

Гальків Л. І.

СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ — ДЕСТИМУЛЯТОР ВТРАТ РЕКРЕАЦІЙНОЇ КОМПОНЕНТИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Визначено місце рекреаційної компоненти серед складових невідчужуваного людського капіталу. Досліджено вплив доходів домогосподарств на споживання туристичних послуг у контексті попередження втрат людського капіталу.

Ключові слова: рекреація, людський капітал, туристичні потоки, доходи населення, споживчі витрати, здоров'я населення.

Сучасна глобалізована демореальність ознаменувалася, з одного боку, зміщенням ролі людського капіталу в інтенсифікації епохального наукового та техніко-технологічного поступу, за якого саме здібності, навички, вміння, знання, компетентність працівників визначають інноваційну конкурентоспроможність суспільних систем. Під впливом цього сформувалися та виокремилися потужні суспільствознавчі, соціологічні, економічні, управлінські наукові школи, дослідження яких сфокусувалися, головним чином, на людському капіталі неоіндустріальної епохи, його ролі в економічному комплексі національних господарств. З іншого боку, надії на сомоврівноваження та саморегулювання ринком усіх сфер життєдіяльності людей не віправдалися. Відтак, реаліям сьогодення притаманні системні прояви негативних трансформацій людського капіталу.

Тому, актуальними є дослідження людського капіталу в руслі грунтovного вивчення його нереалізованих можливостей. Своєчасними є відповідні теоретичні та практичні напрацювання також для України, де на тлі певних позитивних зрушень у сфері охорони здоров'я освіти, ситуація з працевлаштуванням, демовідтворенням, міграцією, рівнем життєзабезпечення, соціальним захистом, що сформувалася під впливом економічних і політичних криз, потрясінь сфери найманої праці та капіталу, депопуляційних процесів, структурних руйнацій, деформацій споживчого ринку та ін., залишається напруженою.

Вітчизняні дослідники людського капіталу, зокрема, В. Антонюк [1], Л. Безтелесна [2], О. Білик [3], В. Геєць [4], О. Грішнова [5], Н. Верхоглядова [6], С. Вовканич [7], І. Лапшина [8], Е. Лібанова [4], Л. Семів [7] переважно зосереджували увагу на формотворчо-розвиткових аспектах людського капіталу. Разом із тим, в Україні посилюється увага вчених до демографічних детермінант стримування людського розвитку (Н. Левчук [9] — асоціальні явища, Н. Андрусишин [10] — девіантна поведінка, Ю. Феленчак [11] — демографічні втрати), серед яких чільне місце посідають втрати людського капіталу. Відтак, у статті розкриємо значення рекреаційної складової людського капіталу та дослідимо роль ринку туристичних послуг у попередженні її втрат.

Серед невідчужуваних елементів людського капіталу превалює складова здоров'я. Останнє ВООЗ визначає «як стан повного фізичного, душевного та соціального благополуччя, а не лише відсутність хвороб та фізичних дефектів» [12], є запорукою існування будь-якої держави, що в умовах глобалізації та геополітичних викликів сучасного світу є особливо актуальним. На противагу нагромадженню капіталу здоров'я, його погіршення, захворюваність призводять до втрат робочого часу, до скорочення продуктивності, зменшують період працеактивного життя носіїв людського капітулу.

У 2010–2011 рр. кожен десятий українець, а в сільських поселеннях кожен дев'ятий оцінив стан свого здоров'я як поганий (табл. 1). Обчислений нами середній центрний ранг демонструє узагальнену позитивну оцінку стану здоров'я вітчизняного населення за певного зниження у міських поселеннях. Високий рівень захворювань пояснюють тим, що державна стратегія змінення здоров'я не стала домінуючою, у т. ч. і через

Таблиця 1
Аналіз оцінювання стану здоров'я населення України у 2010–2011 рр.*

Частка населення, що оцінили стан здоров'я, %	Всі домогосподарства		Які проживають у			
			міських поселеннях		сільській місцевості	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Добрий	46,3	46,5	46,0	45,8	46,9	48,1
Задовільний	43,8	43,6	45,1	44,9	41,3	40,8
Поганий	9,9	9,9	8,9	9,3	11,8	11,1
Центрований середній ранг	0,364	0,366	0,371	0,365	0,351	0,370

*Джерело: розраховано автором за: [13]

те, що проблема попередження втрат капіталу здоров'я не визначена пріоритетною, а зусилля різних інституцій, які вживаються для її вирішення, залишаються розрізненими, безсистемними.

Репродуктивний капітал має важливe значення у забезпеченні сприятливих демографічних перспектив територіально-суспільної системи. Проблему втрат цієї компоненти людського капіталу підтверджують дані: домінує (73,5 % у 2010 р.) і зміцнюється (зросла на 2,5 в.п. за 2000–2010 рр.) частка однодітних домогосподарств та тлі скорочення сімей з двома і більше дітьми. Медики, вказуючи на значний рівень репродуктивних втрат (70 на 1000 бажаних вагітностей) за найвищих їх ризиків у Донецькій, Житомирській, Київській, Чернігівській, Закарпатській обл., акцентують, що регулярне вживання гормональних контрацептивів є джерелом підвищення непліддя у шлюбі та самовільних викиднів у наступній вагітності від 2,5 до 7 разів [14, с. 146].

Недоцільне використання культурних цінностей, втілених у людині, або ж її аморальна поведінка погіршують професійний статус, перетворюючись на втрати культурно-моральної складової людського капіталу. Співставивши дані офіційної статистики про динаміку відвідувань театрів та відвідувань музеїв в Україні (рис. 1), зауважимо, що у 2010 р. їх кількість складала відповідно 6,6 млн. і 21,7 млн., збільшившись щодо 2002 р. на 6 % (театрів) і на 24 % (музеїв). Цей приріст, на нашу думку, вагомим чином зумовлений випереджувальним зростанням потоку іноземних туристів. Наше припущення підтверджує зниження за 2002–2010 рр. на 5 % частки витрат вітчизняного населення на культуру та відпочинок.



Рис. 1. Коефіцієнти зростання відвідуваності театрів та музеїв, потоку іноземних туристів та частки витрат населення на культуру та відпочинок (2000 р.=1)
(Джерело: побудовано автором за: [15])

Наступним видом ЛК є трудовий капітал (здатність до виконання конкретних трудових функцій), який формується головним чином у процесі здобуття освіти за фахом й підвищення кваліфікації. Його нарощенню сприяє популярна сьогодні концепція неперервної освіти. Здійснюється перехід від освіти для еліти до масових, гнучкіших форм, втілених у нових типах навчальних закладів. Проте, високий рівень безробіття призводить до того, що достатньо кваліфіковані працівники не можуть знайти собі гідне місце роботи, або у зв'язку з швидким розвитком науки і техніки виявляються незатребуваними.

Інтелектуальний капітал пов'язують із умовами становлення інформаційно-технотронної економіки. У сучасному світі саме люди, що володіють великим обсягом знань, інформації, отримують високі доходи від інтелектуальної власності, краще влаштовуються в житті, зміцнюють капітал здоров'я.

Важливо також попереджувати й не допускати зростання втрат організаційно-підприємницького капіталу. Позитивним є те, що в Україні кількість суб'єктів ЄДРПОУ загалом щорічно зростає і на початок 2012 р. склала понад 1,3 млн., що більше 2001 р. на 58,7 %. Однак, дані про концентрацію підприємств і організацій за регіонами вказує на суттєву варіацію можливостей реалізації організаційно-підприємницької компоненти людського капіталу. Так, на 1000 осіб населення на початок 2012 р. у Києві в припадало 92 суб'єкти ЄДРПОУ, у Севастополі — 40, у Дніпропетровській, Миколаївській, Одеській обл. — відповідно 31, 33, 34, то у решти регіонів цей показник не перевищує 28, приймаючи найменше значення (18) у Закарпатській обл.

Не менш важливими є втрати рекреаційного капіталу. Останній проявляється у здатності людини відпочивати, у можливості відновлювати затрачені зусилля.

Все частіше серед працеактивної людності проявляються ознаки трудоголізму. Трудоголік, на відміну від людини, для якої праця є життєвою необхідністю, перепрацьовує на роботі в силу виробничої потреби, допрацьовуючи і нагромаджуючи невиконану роботу. За кількістю «закінчених трудоголіків» лідирують США, де частка осіб, що працює більше 60 год. на тиждень складає 12,7 %. На другому місці — Японія (9,3 %), на третьому — Ізраїль (8,4 %) [16]. У Німеччині до трудоголіків відносять понад 200 тис. осіб, у Швейцарії — близько 115 тис. осіб [17]. Про вплив трудоголізму на людський капітал свідчать наступні цифри й факти: зниження імунітету втрічі за регулярних щоденних витрат часу на роботу більше 10 годин; зростання за останнє десятиліття у півтора рази смертності молоді на робочих місцях; збільшення на 60 % виробничого травматизму, спричиненого перевтомою; підвищення ризику розвитку гіпертонії відповідно на 14 % і на 29 % у тих, хто перепрацьовує щотижнево 10 год. і більше [16].

У середовищі носіїв людського капіталу поширяється «синдром психоемоційного вигорання» — реакція людського організму, що виникає внаслідок тривалого професійного стресу. Сьогодні практично в усіх групах фахівців «комунікативних професій» високими є частки втрат емоційної, пізнавальної та фізичної енергії, що проявляються в ознаках емоційного та інтелектуального виснаження, фізичної втоми, особистої відстороненості та зменшення почуття задоволення від виконаної роботи. Цей синдром вважають виробленим людиною механізмом психологічного захисту у формі часткового чи повного відключення емоцій. Періоди підвищеної активності, як правило, виступають причинами розвитку цього синдрому: людина поринає у роботу, забуває про свої потреби. За деякий час настає виснаження, яке проявляється у формі відчуття перенапруження та вичерпування емоційних і фізичних ресурсів особистості, втоми. Потім настає особистісне відсторонення, у крайніх проявах якого людина втрачає інтерес до професійній діяльності, у неї виникає відчуття втрати професійності, знижується самооцінка.

Вагоме значення для запобігання та зменшення втрат рекреаційного капіталу відіграє туристична сфера. Слід зауважити, що специфіка задоволення потреб населення у туристичних послугах визначається не стільки потенціалом територіально-сусільної системи до їх продукування, скільки спроможністю населення їх придбати. Остання, здебільшого, зумовлюється рівнем доходів населення, оскільки туристичні послуги не носять фізіологічно необхідного характеру.

Структурі витрат вітчизняних домогосподарств із різними доходами притаманна суттєва варіація (табл. 2). Так, у домогосподарств першої децильної групи (найменш забезпечених) левова частина коштів спрямовується на харчування, частка витрат на яке у 2010 р. перевищувала відповідну частку найзаможніших сімей на 18,6 %. Натомість домогосподарства десятої децильної групи витрачали на транспорт у 6,7 разів, на готелі та ресторани у 6,6 разів, на відпочинок і культуру у 5,3 рази більше від домогосподарств з найнижчим рівнем доходів.

У сільських домогосподарств частка сукупних споживчих витрат дещо нижча, ніж міських. У 2010 р. це співвідношення складало 87,4 % щодо 91,0 %, що головним чином зумовлене нижчою часткою витрат на комунальні послуги (7,4 % щодо 10,0 %) транспорт (2,9 % щодо 4,0 %), зв'язок (1,8 % щодо 3,0 %). Відзначено майже двократне відставання сільського населення за часткою витрат на освіту (0,9 % щодо 1,5 %), ресторани та готелі (1,2 % щодо 2,8 %), відпочинок і культуру (1,8 % щодо 3,0 %). Це свідчить про депривацію сільської молоді до високого рівня освіти, про зменшення шансів нарощення культурно-морального та рекреаційного капіталу. Натомість сільські домогосподарства переважають міські за витратами на харчування (56,1 % щодо 49,9 %), на одяг та взуття (6,2 % щодо 6,0 %).

Отож, переважно функціональне споживання значної частини населення, спрямоване на задоволення природних потреб і забезпечення основ життєдіяльності, знижує шанси нарощення рекреаційної компоненти людського капіталу.

Таблиця 2
Щомісячні споживчі витрати вітчизняних домогосподарств крайніх децильних груп
за розміром середньодушових у 2010 рр.*

	Витрати за децильними групами, грн		Співвідношення витрат X до I	Структура витрат за децильними групами, %	
	I	X		I	X
Продукти харчування та безалкогольні напої	1425	1892	1,3	65,4	46,8
Одяг і взуття	143	294	2,1	6,6	7,3
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	209	410	2,0	9,6	10,1
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	33	153	4,6	1,5	3,8
Охорона здоров'я	97	200	2,1	4,5	4,9
Транспорт	45	301	6,7	2,1	7,4
Зв'язок	54	129	2,4	2,5	3,2
Відпочинок і культура	25	133	5,3	1,1	3,3
Освіта	28	62	2,2	1,3	1,5
Ресторани та готелі	29	191	6,6	1,3	4,7
Різні товари і послуги	46	134	2,9	2,1	3,3
Споживчі сукупні витрати	2179	4045	1,9	100,0	100,0

*Джерело: розраховано автором за: [270]

Досліджуючи залежність туристичних потоків від доходів населення, виявлено, що наслідки кризи виявилися у скороченні обсягів діяльності суб'єктів вітчизняного туристичного ринку. У 2009 році кількість туристів, які скористалися послугами цих суб'єктів знизилася на 751,6 тис. осіб (24,7 %) щодо рівня 2008 р., а у 2010 р. — ще на 19,3 тис. осіб. Зростання до 2343,5 тис. осіб у 2011 р. перевишило рівень 2000 р. на 16,4 %, однак було нижчим за показник 2008 р. на 23,0 % (табл. 3). За 2000–2011 рр. кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, зменшилася на 9,1 %, внутрішніх туристів — на 55,2 %, екскурсантів — на 19,5 %. Співвідношення між обсягами внутрішнього та закордонного туризму в 2010–2011 рр. змінюється на користь останнього, що вказує на експортну зоріентованість вітчизняних туристичних потоків (рис. 2).

Таблиця 3

Відносна зміна туристичних потоків України за 2000–2011 pp, %*

Період	Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності	Із загальної кількості туристів			Кількість екскурсантів
		іноземні туристи	громадяни України, які виїжджають за кордон	внутрішні туристи	
2011 до 2000	16,4	-9,1	389,0	-55,2	-19,5
2011 до 2008	-23,0	-7,8	8,8	-56,4	-45,0

*Джерело: розраховано автором за: [15]

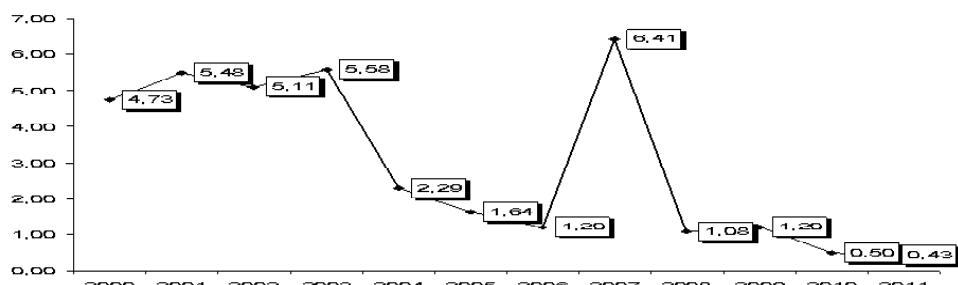


Рис. 2. Співвідношення кількості внутрішніх туристів і туристів-громадян України, які виїжджають за кордон у 2000–2011 pp. (Джерело: розраховано автором за: [15])

За даними Державної служби статистики засобами MS Excel нами змодельовано вплив середньорічного обсягу доходів у розрахунку на одного постійного мешканця України (x , грн) на кількість вітчизняних туристів, які виїжджають за кордон (у, тис. осіб) [18]:

$$y = 410,85x - 53747.$$

Близьке до одиниці значення коефіцієнта детермінації ($R^2=0,9669$) вказує на високий рівень апроксимації емпіричних даних. Інтерпретуючи значення коефіцієнта регресії, зазначимо, що збільшення реальних доходів на душу населення в Україні на 100 грн спричинить зростання обсягу експортного потоку туристів майже на 40 тис. за рік.

За результатами досліджень обґрунтовано висновки щодо важливості нарощення доходів населення задля збільшення обсягів споживання туристичних послуг у контексті попередження втрат рекреаційної компоненти людського капіталу як необхідної передумови поступального людського розвитку. Перспективи подальших наукових досліджень з обраної тематики вбачаються в оцінюванні соціально-економічних детермінант національного та регіональних ринків туристичних послуг.

Література

1. Антонюк В. П. Оцінка та забезпечення розвитку людського капіталу України [Текст] : дис... д-ра, екон. наук : 08.00.07 / В. П. Антонюк. — Донецьк, 2008. — 456 с.
2. Безтелесна Л. І. Управління людським розвитком та його фінансове забезпечення в Україні: оцінка і перспективи [Текст] : моногр. / Л. І. Безтелесна. — Рівне : НУВГП, 2010. — 361 с.
3. Білик О. М. Основні напрями збереження і розвитку національного людського капіталу за рахунок активізації трудової мобільності [Текст] / О. М. Білик // Україна: аспекти праці. — 2009. — № 1. — С. 43–46.
4. Політика становлення середнього класу // Послання Президента країни до Верховної Ради України. Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2001 році [Текст] / [Е. М. Лібанова, Н. С. Власенко, В. М. Геєць та ін.]. — К. : ІВЦ Держкомстату України, 2002. — С. 104–121.
5. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки [Текст] / О. А. Грішнова. — К. : т-во «Знання», КОО, 2001. — 254 с.
6. Верхоглядова Н. І. Людський капітал і показники економічного зростання [Електронний ресурс] / Н. І. Верхоглядова. — Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
7. Вовканич С. Й., Семів Л. К. Людський та інтелектуальний капітали в економіці знань [Текст] / С. Й. Вовканич, Л. К. Семів // Вісник НАН України. — 2008. — № 3. — С. 13–23.
8. Лапшина І. А. Розвиток людського капіталу України в процесі євроінтеграції [Текст] : моногр. / І. А. Лапшина. — Львів : НІСД, 2008. — 332 с.
9. Левчук Н. М. Асоціальні явища в Україні у демографічному вимірі [Текст] : моногр. / Н. М. Левчук; відпов. ред. д. е. н., проф. В. С. Стешенко. — К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2011. — 492 с.
10. Андрусишин Н. І. Соціально-економічні наслідки девіантної поведінки молоді та механізм їх профілактики [Текст] : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.07 / Н. І. Андрусишин. — Львів, 2010. — 19 с.
11. Феленчак Ю. Б. Ризики демографічних втрат регіону [Текст] : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.07 / Ю. Б. Феленчак: ІРД НАН України. — Львів, 2010. — 24 с.
12. Статут (Конституція) ВООЗ, 1946 / ВООЗ [Електронний ресурс]. — Доступ до ресурсу : <http://apps.who.int/gb/bd>.
13. Самооцінка населенням стану здоров'я та рівня доступності медичної допомоги у 2011 році (за даними вибіркового опитування домогосподарств у жовтні 2011 року) [Текст] : статистичний збірник. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 142 с.
14. Ліки як джерело підвищення ризику репродуктивних розладів [Текст] / А. М. Сердюк, О. І. Тимченко, О. В. Личак [та ін.] // Журнал АМН України. — 2009. — Т. 15, № 1. — С. 146–155.
15. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
16. Роботоголікі в цифрах і фактах [Електронний ресурс]. — Доступ до ресурсу : <http://www.trud.gov.ua/control>.
17. Трудоголізм — чума ХХІ століття [Електронний ресурс]. — Доступ до ресурсу : <http://www.traducionalist.info>.
18. Гальків Л. І. Рівень життя населення та людський капітал як чинники розвитку ринку туристичних послуг [Текст] / Л. І. Гальків, Т. М. Степура // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Економічні науки. — Луцьк : ВНУ ім. Лесі Українки, 2011. — № 12. — С. 29–34.

Гальків Л. І.

**ПОТРЕБЛЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ — ДЕСТИМУЛЯТОР
ПОТЕРЬ РЕКРЕАЦИОННОЙ КОМПОНЕНТЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО
КАПИТАЛА**

Определено место рекреационной компоненты среди составляющих неотчуждаемого человеческого капитала. Исследовано влияние доходов домохозяйств на потребление туристических услуг в контексте предупреждения потерь человеческого капитала.

Ключевые слова: рекреация, человеческий капитал, туристические потоки, доходы населения, потребительские расходы, здоровье населения

Halkiv L. I.

**CONSUMPTION OF TOURIST SERVICES AS DETERRENT LOSSES
RECREATIONAL COMPONENTS OF HUMAN CAPITAL**

Shown that recreational capital is an important component of human capital. The research of the impact of income on the market of tourist services in the context of preventing loss of human capital.

Keywords: recreation, human capital, tourist flow, profit population, consumer Spending, health

УДК 338.432 : 332.122

Гнаткович О. Д., Сенів Л. Р.

ВИЗНАЧЕННЯ ПРОЕКТНИХ РИЗИКІВ В ПРОЦЕСІ ВІДКРИТТЯ ФІТО-БАРУ ПРИ САНАТОРНО-КУРОРТНОМУ КОМПЛЕКСІ

Подано визначення поняття ризику, проектного ризику, виникнення найсуттєвіших ризиків під час функціонування фіто-бара та шляхи їх подолання.

Ключові слова: фіто-бар, ризик, проектні ризики, санаторно-курортний комплекс.

Фіто-бари — це незамінні атрибути більшості лікувальних установ, фітнес-центрів та санаторно-курортних комплексів зокрема. Зазвичай у таких закладах відвідувачам пропонують широкий асортимент кисневих коктейлів, трав'яних чаїв, а також свіжих соків та салатів. Такі послуги завжди будуть вносити елементи новизни та комфорту.

У санаторно-курортному комплексі фіто-бар досить легко вписується у структуру діючої виробничої діяльності. Введення такої додаткової послуги як фіто-бар не лише дозволить залучити більшу кількість споживачів, але й зумовить надання якісніших послуг, які насамперед вплинуть на їхнє здоров'я.

Перш, ніж відкрити фіто-бар, необхідно усвідомити, що санаторно-курортний комплекс стикнеться з безліччю непередбачуваних ризиків у ході проектування та функціонування закладу.

Проблемами проектних ризиків в свій час займалися такі вчені економісти як Савчук В. П., Прилипко С. Н., Величко Е. Г. Питанням вимірювання ризиків та методам їх нейтралізації присвячені ряд праць Донця Л. І. [2].

Конкретних досліджень впливу ризиків на функціонування фіто-бара при санаторно-курортному комплексі не проводилося, тому вивчення цього питання є важливим та актуальним.

Ризики — це насамперед можливість виникнення непередбачених як фінансових, так і майнових втрат у ситуації невизначеності умов фінансово-господарської діяльності підприємства [1, с. 106].

Ризики, з якими може стикнутися фіто-бар на етапі проектування з огляду на причини виникнення можна поділити на:

- зовнішньоекономічний ризик, який являє собою закриття кордонів та можливість запровадження обмежень на торгівлю;
- ризик неповноти і неточності інформації проєкту;
- виробничо-технологічний ризик;
- ризик непередбачованості дій учасників проєкту.

Також усі проектні ризики бувають внутрішніми та зовнішніми.

Зовнішні ж ризики, у свою чергу, можуть бути передбачуваними та непередбачуваними.

Зовнішні непередбачувані ризики врахувати практично неможливо.

Вони зумовлені зміною політичної ситуації, природними катастрофами, несподіваним екологічним і соціальним впливом.

Щодо зовнішніх передбачуваних ризиків, їх при аналізі проєкту можна врахувати. Це такі ризики як ринковий (погіршення можливостей одержання сировини), операційний (відступ від цілей проєкту), ризик не прогнозованої інфляції, податкового тиску та шкідливого екологічного впливу.

Внутрішні ризики поділяються на технічні, пов'язані насамперед зі зміною технології та погіршення якості продукції та планово-фінансові, пов'язані зі зливом планів робіт і перевитратою коштів.

При аналізі ризиків у процесі відкриття фіто-бару при санаторно-курортному комплексі, важливо виділити групу ризиків, які можуть бути застраховані. Коли відбувається певна ризикова подія, інвестор має підстави сподіватися на відшкодування втрат, пов'язаних з цим ризиком [5, с. 197].

До таких ризиків, які надаються до страхування, належать:

- ризики, що підлягають обов'язковому страхуванню (від захворювань, нещасних випадків, пошкодження майна);
- прямі майнові збитки (спричинені неодержанням орендної плати, демонтажем і переміщенням пошкодженого майна, повторним встановленням обладнання).

Розглянемо детальніше найважливіші ризики із якими стикнеться наше підприємство під час створення та функціонування фіто-бару [3, с. 105]:

1. Ризик пошкодження майна.

Пошкодження майна у таких закладах як фіто-бар відбувається постійно, зазвичай неумисно відвідувачами даного закладу або ж персоналом. Але цей ризик, як і будь-який інший, можна мінімізувати. Зменшення цього ризику можна досягнути завдяки постійному контролю з боку обслуговуючого персоналу.

2. Ризик утрати майна (пожежа, крадіжка).

При проектуванні і ремонті фітобару необхідно подбати про те, щоб бар був повністю оснащений сучасною системою пожежної та охоронної сигналізації, укомплектований необхідним протипожежним устаткуванням, щоб була цілодобова охорона. Найчастіше причиною непередбачених подій може бути як необережність клієнтів чи порушення техніки безпеки персоналом, так і аварія системи комунікацій чи інших систем. Персонал фіто-бару насамперед повинен дотримуватись правил техніки безпеки.

3) Ризик зриву постачань або невиконання обов'язків постачальниками.

Санаторно-курортний комплекс має працювати із широким колом постачальників, мати запас товарів одиничних зривів. Цей ризик легко усунути, так як за умов конкуренції у місті є великий вибір щодо укладення договорів на постачання сировини у наш фіто-бар.

4) Ринковий ризик (поява сильних конкурентів).

Наše підприємство не може його мінімізувати, тому що, не виключено, що в майбутньому інші фірми в місті захочуть відкрити аналогічний фіто-бар і потіснити наші позиції на ринку. Однак, найважливіше для нашого фіто-бару — до появи конкурентів завоювати любов клієнтів і забезпечити себе постійною клієнтурою.

Щоб уникнути гострої конкуренції потрібно вибрати приміщення в тому районі, де поблизу відсутні бари подібного плану.

5) Ризик швидкого псування сировини.

Щоб мінімізувати ризик потрібно виготовляти невелику кількість страв, які швидко псуються. Слід звернути особливу увагу на те, що основне меню фіто-бару буде складатися із свіжих фруктів, які мають властивість швидко псуватися, правильні умови та терміни їх зберігання є невід'ємною частиною функціонування даного бару.

Уся сировина, що буде поставлятись у фіто-бар, повинна відповідати вимогам нормативних документів, санітарним нормам і мати сертифікат відповідності або посвідчення якості.

6) Ризик зменшення попиту.

Для того, щоб мінімізувати ризик потрібно стимулювати попит на продукцію шляхом гнучкої цінової політики, забезпечення високої якості реалізованої продукції, забезпечення високого рівня сервісу.

7) Ризик, якому слід приділити більше уваги і який несе в собі велику небезпеку для фіто-бара — зростання цін на сировину та матеріали, це може привести до зростання собівартості продуктів і суттєво скоротити прибуток підприємства.

Щоб мінімізувати даний ризик потрібно мати налагоджені відносини з великою кількістю постачальників, тобто мати альтернативу: при підвищенні цін на сировину в одного постачальника ми зможемо купити аналогічну продукцію в іншого, тільки за поміркованішою ціною.

У ході проектування та функціонування фіто-бару слід особливу увагу приділити питанню виникнення усіх можливих ризиків на усіх етапах функціонування даного закладу, а також знайти усі можливі шляхи подолання непередбачених ситуацій. Це, насамперед, стимулювання попиту шляхом гнучкої цінової політики, співпраця з широким колом постачальників, свіжа та якісна сировина, яка повинна відповісти вимогам нормативних документів та санітарним нормам та дотримання персоналом техніки безпеки, а також якісне обслуговування з боку обслуговуючого персоналу [4, с. 216].

Отже, можна зробити висновок, що ризик прийняття невірних управлінських рішень тим вище, чим менше уваги приділяється фактичній оцінці, плануванню діяльності та перспективному аналізу підприємства з урахуванням факторів нестійкості. Для таких закладів, як фіто-бар дуже важливою є позитивна репутація. Досить однієї неприємної історії, щоб позбутися кола постійних клієнтів. Тому, до вибору персоналу, якості сировини та чистоти кухонного обладнання слід ставитись з особливою увагою.

Література

1. Афанасьев М. В. Управління проектами [Текст] : навч.-метод. посіб. / М. В Афанасьев, I. В. Гонтарева. — Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. — 272 с.
2. Донець Л. І. Економічні ризики та методи їх вимірювання [Текст] : навч. посіб. / Л. І. Донець. — К. : Центр навчальної літератури, 2006. — 312 с.
3. Збаразька Л.О. Управління проектами [Текст]: Навчальний посібник / Л. О. Збаразька, В. С. Рижиков, І. Ю. Єрфорт, О. Ю. Єрфорт. — К. : Центр учебової літератури, 2008. — 168 с.
4. Майк Грин. Управление изменениями [Текст] : пер. с англ. / Майк Грин. — С-Пб., К., 2007. — 360 с.
5. Управління діловими проектами [Текст] : навч. посіб. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 280 с.
6. Харрингтон Д. Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация [Текст] / Д. Харрингтон, К. Эсселінг, Х. Нимвеген. — С-Пб., К., 2002. — 220 с.

Гнаткович О. Д., Сенів Л. Р.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОЕКТНЫХ РИСКОВ В ПРОЦЕССЕ ОТКРЫТИЯ ФИТО-БАРА ПРИ САНАТОРНО-КУРОРТНОМ КОМПЛЕКСЕ

Дано определение понятия риска, проектного риска, возникновения существенных рисков во время функционирования фито-бара и пути их преодоления.

Ключевые слова: фито-бар, риск, проектные риски, санаторно-курортный комплекс.

Hnatkovych O. D., Seniv L. R.

DEFINITION OF PROJECT RISKS DURING OPENING PHYTO-BAR AT RESORT COMPLEX

A definition of risk, project risk, of the most significant risks during operation phyto-bar and ways to overcome them.

Keywords: phyto-bar, risk, project risk, resort complex.

УДК 551.4.035

Клапчук М. В., Клапчук О. О.

ГЕОЛОГО-ГЕОМОРФОЛОГІЧНА БУДОВА БАСЕЙНУ ГІРСЬКОГО ПРУТУ, ЯК ОБ'ЄКТУ НАУКОВОГО ТУРИЗМУ ТА ПИТАННЯ ЗАПОВІДНИХ ТЕРИТОРІЙ

У статті подано детальну орографічну характеристику та геологічну будову гірської частини басейну ріки Прут. Наводиться опис окремих хребтів, гіпсометрія більшої кількості вершин, характеристика сучасних екзогенних процесів. Виділено декілька пам'яток природи місцевого значення, які можуть бути переведені до пам'яток загальнодержавного значення. Також виділено об'єкти, які можуть бути занесені до природно-заповідного фонду України.

Ключові слова: геолого-геоморфологічна будова, Прут, туризм, пам'ятки природи.

На сучасному етапі розвитку України, розширення політичних, економічних, наукових і культурних зв'язків між державами і народами світу, співпраця в сфері охорони природи та туризму набула значних масштабів. Для ефективного виділення і заповідання природних об'єктів потрібне їх детальне комплексне вивчення, в тому числі геологічної та геоморфологічної будови. Саме такого дослідження потребує гірська частина басейну р. Прут, яка розташована в межах декількох геоморфологічних областей і де зустрічаються цінні та цікаві для туристів об'єкти природи. Це і є метою дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно було: вивчити стратиграфічні особливості та поширення геологічних світів і горизонтів в межах структурно-фаціальних зон; описати орографічні елементи екосистеми; встановити в натурі межі геоструктур та геоскульптур; описати діючі природоохоронні території і об'єкти та обґрунтувати виділення нових.

Вивченням геології та геоморфології басейну гірського Прutу займались зарубіжні [30–37] та вітчизняні [1–7; 10–21; 23; 24; 26–29] вчені. Також були видані комплексні праці вітчизняних авторів [8; 9; 22; 25]. Останні праці, присвячені даній тематиці, опубліковані Я. Кравчуком [18; 19].

Для підготовки статті, окрім використаних літературних джерел, використано матеріали польових досліджень автора впродовж останніх років. Ці матеріали ляжуть в основу вивчення морфодинамічних процесів у басейні гірського Прutу.

Ріка Прut бере свій початок в Українських Карпатах, у міжгірній котловині між г. Говерла та г. Брескул, на висоті 1750 м н. р. м. [15]. У межах досліджуваного регіону його довжина досягає 50 км. Ріка з південного заходу на північний схід перетинає декілька геоморфологічних областей: Полонинсько-Чорногірську (район альпійського і середньогірного рельєфу гірських груп Свидівця і Чорногори), Вододільно-Верховинську (Ворохта-Путильське давньотерасове низькогір'я), Зовнішньо-Карпатську (район середньовисотних Скибових Горган з кам'яними розсипами і глибокими поперечними долинами) і Передкарпатської (Південно-Покутська скульптурна височина; Північно-Покутський район з давнім височинно-долинним рельєфом; структурне низькогір'я Рунгурської Слободи) областей [23; 28; 29].

На заході басейн гірського Прutу межує з басейном р. Бистриця Надвірнянська, на півночі — з басейном р. Дністер, на півдні — з басейном р. Тиса, а на сході — з басейнами рр. Чорний Черемош, Черемош та Лючка [15].

Геоморфологічні умови будь-якої території залежать від тектонічної та стратиграфічної будови. Карпатська складчаста система складається з гірської споруди (Складчасті Карпати) і двох прогинів — Передкарпатського (передового) і Закарпатського (внутрішнього).

За характером будови в Передкарпатському прогині виділяються Зовнішня та Внутрішня зони [18]. Зовнішня зона прогину складена потужною товщею тортон-сарматських відкладів (моласів), в основному слабо деформованою, що залягає субгоризонтально. Її потужність закономірно збільшується від межі з платформою до насуву Внутрішньої зони, що пов'язане з ступінчасто-скидовими зануреннями фундаменту зони в цьому напрямку.

Внутрішня зона утворилася на флюшовій основі, має складчасто-насувну структуру, яка покривається 5–6-кілометровою товщею моласів. Ця зона, в свою чергу, поділяється на три поздовжні підзони — Дрогобицьку, Долинську і Бориславську [7–9; 21]. Характерною особливістю двох останніх є припіднята флюшова основа таким чином, що моласові утворення збереглись лише в ядрах синкліналей. Структура Внутрішньої зони утворена складками і тектонічними лусками.

Складчасті Карпати поділяються на структурно-фаціальні зони, які відмежовані регіональними насувами та відрізняються, в основному, за розрізом верхньокрейдових відкладів. Район дослідження входить до складу Скибової (скиби — Берегова, Орівська, Сколівська, Парашки, Зелем'янки) та Чорногірської (Говерлянська та Скупівська підзони) зон [19; 28]. Геологічний розріз осадової товщі цих зон складений породами крейдового і палеогенового віку загальною потужністю 4–7 км. Характерною особливістю Скибової зони є широкий розвиток скиб (великих лусок), які послідовно насунуті одна на одну з південного заходу на північний схід, а в деяких складках і перекривають сусідні луски. Чорногірська ж зона в межах досліджуваного району повністю перекриває Кросненську зону [4].

Осадові відклади в басейні гірського Пруту належать до мезозою та кайнозою. Крейдові відклади Карпат досить поширені і пов'язані з зонами підняття, де вони складають ядра або крила антиклінальних складок. У Передкарпатському прогині вони відомі тільки в краєвих частинах [23], у Чорногірській зоні вони представлені шипотською, яловецькою, чорногірською та скупівською світами (чорні аргіліти та пісковики, червонуваті та зеленуваті аргіліти з прошарками кварцових пісковиків, світло-сірі різнозернисті пісковики). В Скибовій зоні крейдова система представлена стрижіською світою (вапнисті пісковики з кривошаровою текстурою, аргілітами та алевролітами), яскравим прикладом є відслонення «Бердо» на правому березі р. Прут в с. Дора [19].

Палеогенові відклади у Скибовій зоні мають найбільший розвиток. Це Ямненська з яремчанським (підямненським) строкатоколірним горизонтом (палеоцен), манявська, вигодська, бистрицька (еоцен), менілітова, верецька та кросненська (олігоцен) світи [15].

Ямненська світа палеоцену, підstellenа пістрявими аргілітами (зеленими з більшою чи меншою кількістю червонуватих прошарків, які чергуються з пісковиками) яремчанського горизонту, складена масивними світло-сірими та жовтуватими пісковиками, іноді вапняковистими, з прошарками гравійників і дрібногалькових конгломератів. окремі пласти пісковиків розділяються тонкими прошарками сірих чи зеленувато-сірих аргілітів. Породи цієї світи утворюють естетично привабливі форми рельєфу. Ними складені відомі «Скелі Довбуша» та «Камінь Довбуша» у с. Ямна, скеля «Слон» у м. Яремче, каньйоноподібна долина р. Женець тощо [15].

Еоценові відклади складені світлими масивними невапняковистими пісковиками, що поступово переходять в шари тонкоритмічного перешарування зелених аргілітів та пісковиків. Нижню частину еоценового розрізу складає манявська світа, яка представлена зеленими аргілітами, невапняковистими, іноді кремністими, з прошарками дрібнозернистих пісковиків чи аргілітів, що характеризуються розвитком численних дрібних, часто двосторонніх, ієрогліфів (горбкові, валикові) [11; 25]. Вигодську світу

(середній еоцен) дуже важко відрізняти від ямненської у зв'язку з цим в геологів виникають різні думки щодо їх датування. Це стосується навіть місцезнаходження ямненської світи поблизу с. Ямна. В своєму типовому вигляді вигодська світа представлена середньо- та дрібнозернистими жовтувато- або бурувато-сірими масивними пісковиками, що інколи містять прошарки та лінзи крупнозернистих пісковиків, гравійників і конгломератів з галькою із екзотичного матеріалу. Виходи вигодської світи на денну поверхню простягаються паралельними смугами південніше манявської світи. Ще південніше простежуються породи бистрицької світи (верхній еоцен), яка поділяється на нижню (зелені, а внизу і сірі глини, що чергуються з пісковиками) та верхню (зелені глини із тонкими прошарками пісковиків та аргілітів) підсвіти [7].

Олігоцен починається з відкладів менілітової серії (нижньо-, середньо- та верхньо-менілітова світи) — чорних та шоколадних невапняковистих аргілітів з прошарками тонкошаруватих роговиків та пісковиків. У відкладах цієї серії знайдено багато рибних решток (луска, частини скелета), раковини форамініфер і радіолярій. Верещацька світа є переходною до кросненської, тому складена елементами менілітової і кросненської світи (чорні менілітові і сірі вапняковисті аргіліти). Нижньокросненська світа представляє собою потужні пачки масивних та товстошарових пісковиків, верхньокросненська — темно-сірі і попелясті вапняковисті аргіліти і глини з незначними тонкими прошарками голубувато-сірих пісковиків та алевролітів. Ця світа завершує палеогеновий розріз Скибової зони [19].

В Чорногірській зоні палеогенові відклади представлені гнилецькою (товстошаровий пісковиковий фліш, вапняки і пістряві аргіліти), пробійненською (ритмічно перешаровані темно-сірі аргіліти і середньошарові пісковики) та топільчанською (масивні пісковики) світами [15].

Неогенові моласи поширені лише у північній частині досліджуваного регіону, на контакті гірської системи і Передкарпатського краєвого прогину [18]. Тут вони поділяються на нижні і верхні. Перші (нижній і, частково, середній міоцен) — це лагунно-континентальні утворення воротищенської, добrotівської, стебницької і балицької світи. Воротищенська світа складена сірими вапняковистими глинами, зрідка з пісковиками і верствами калійної і кам'яної солей, що перекриваються слобідськими конгломератами з галькою екзотичних порід [26]. Піщано-глиниста фазія верхньоворотищенської підсвіти названа добrotівською світою, в якій знайдено велику кількість відбитків слідів птахів і ссавців [3; 6; 12]. Вище лежать стебницькі червоноколірні глини і аргіліти, які також мають сліди засолення. Балицька світа складена півторакілометровою товщою зеленуватих глин з прошарками пісковиків.

Верхні моласи — це морські відклади тортон-сарматського віку (середній — верхній міоцен). Вони виповнені bogородчанською, тирадською, косівською і дашавською світами. Богородчанська світа — це мергелисті глини з прошарками туфів і пісковиків, тирадська — гіпси і ангідрити [18]. Косівську світу складають сірі глини, алевроліти, пісковики з прошарками туфів, а дашавську — чергування жовтуватих глин, алевролітів і пісковиків [15].

Плюценові відклади збереглись фрагментарно, ними складені поверхні високих надзаплавних терас та вододіли. Серед відкладів переважають глини, суглинки, супіски та алювій різного механічного складу бурого та червоного (з відтінками) кольорів [15].

Досліджувана територія майже суцільним плащем перекрита четвертинними відкладами, серед яких виділяються такі генетичні типи: елювіальні, делювіальні, алювіальні, колювіальні, гляціальні, еолові, соліфлюкційні, пролювіальні тощо [15; 29].

Найбільш розповсюдженими в долині гірського Пруту є нерозчленовані елювіально-делювіальні відклади, потужність яких, як правило, рідко перевищує 1–2 м. За літоло-

гічним складом виділяються кам'янисто-брілові, кам'янисто-щебнисті, щебнисто-глинисті та глинисті їх різновидності [15].

Делювіальні відклади зустрічаються на схилах, звичайно, біля їх підніжжя, де вони змішуються з колювієм. Літологічно характер делювію зумовлений давнішими корінними гірськими породами. Колювіальні відклади зустрічаються, в основному, в місцях проявів гравітаційних процесів (хребет Магура поблизу смт. Ворохта, хребет Явірник). Найменше пов'язаними з літологічними особливостями даної місцевості є алювіальні відклади. Особливо це стосується алювіальних відкладів давніх долин, що часто перекриті делювіально-колювіальними [15]. Галечниковий алювій четвертинних терас в горах перекритий суглинками незначної потужності.

Льодовикові відклади представлені в горах моренами гірських льодовиків (підніжжя гір Говерла, Брескул, Пожижевська, Данцеж, Туркул), де складені грубим, переважно валунно-пісковиковим матеріалом, який спускається по долинах рік і потоків до висоти 900 м н. р. м. [10; 16].

Флювіо-гляціальні відклади, які утворені талими водами льодовиків, обрамляють морену і складені в Чорногорі галечником і перемитими суглинками. В районах гірського зледеніння (Чорногора) відомі озерно-льодовикові відклади, які представлені глинами, сфагновими і пушицево-сфагновими торфами. Торфовища зустрічаються і на середніх надзаплавних терасах, де вони складені сфагновим, рідше — трав'янисто-сфагновим торфом [15].

Еолові відклади зустрічаються при виході ріки у передгір'я у вигляді лесових порід, соліфлюкційні — приурочені до високогір'я. Пролювій досить широко розповсюджений у вигляді конусів виносів тимчасових водотоків.

В прямій залежності від тектонічної будови та стратиграфії знаходяться орографічні особливості території. Характеристику будемо вести від району витоків Пруту до виходу його у передгір'я.

Чорногірський масив в межах долини р. Прут представлений трьома паралельними хребтами, які витягнуті з північного заходу на південний схід. Північніше головного хребта з вершинами Говерла (2061 м), Брескул (1911 м), Пожижевська (1822 м), Данцеж (1846 м), Туркул (1933 м) розміщений дворівневий, розчленований витоками Пруту і його притоками, хребет з вершинами Мала і Велика Козмесска (1571 м), Гега (1325 м) на лівому березі р. Прут і Мала і Велика Маришевська (1567 м), Мариш (1340 м) — на правому. Третій, найпівнічніший хребет, фіксується вершинами Кукул (1539 м) та Озірна (1344 м).

В околицях смт. Ворохта Прут має характер поздовжньої долини. В місцях, де долина збігається з простяганням моноклінальних структур, у руслі виникають характерні поздовжні пороги, які П. М. Цись [28] називає «пороги-ребра». Розповсюджені тут ямненські пісковики звужують долину і обумовлюють круті схили; бічні притоки в цьому місці мають вигляд глибоких ущелин. Дана місцевість відноситься до Вододільно-Верховинської геоморфологічної області (Ворохта-Путильське давньотерасове низькогір'я). Гірські вершини цієї області мають значно нижчі абсолютні висоти, ніж вершини Чорногори: Осередок — 915 м, Довгий Грунь — 971 м, Кичера — 1225 м.

У межах Скибової зони виділяється декілька відокремлених хребтів, які витягнуті з північного заходу на південний схід. Висоти гір тут більші, ніж у Вододільно-Верховинській області, проте нижчі, ніж вершини Чорногірського хребта. Найвищі гори південного хребта фіксуються вершинами Синяк (1665 м), Хом'як (1542 м), Гребля (1251 м), Магура (1288 м), Полонина Діл (1320 м), Кобила (1337 м), Клини (1426 м). Дещо північніше простягається хребет Явірник, який повністю вкритий кам'яними розсипами

та ріками, обвальними стінками та осипами. Північно-східні схили хребта мають крутизну 35–50° і розчленовані долинами рік Чепелів, Багровець, Явірник (глибина врізу — 250–350 м). Переважну площину займають схили інтенсивного площинного змиву з великою кількістю ерозійних ритвин і промивин. Гори фіксуються вершинами Катеринка (1431 м) і Круглоявлінник (1222 м).

Продовженням хребта Явірник на правобережжі Пруту є хребет з вершинами Ягоди (1216 м), Чорний Погар (1266 м) та Гордя (1478 м), що є вододілом рік Прутець Чемигівський і Піги. М'які стрійські пісковики обумовлюють вирівняність його пригребеневої частини. В місцях виходів твердих ямненських пісковиків хребет має скелясті схили (30–40°) та куполоподібні вершини, що вкриті кам'яними розсипами.

На схилах переважає інтенсивний площинний змив, інколи зустрічаються зсуви. Крайньою південно-східною вершиною в цій групі є г. Лисина Космацька (1265 м); на північному заході виділяються вершини Шекелівка (1284 м), Гига (1117 м), схили яких вкриті кам'яними розсипами та осипами. Північніше виділяються такі ж куполоподібні вершини — Горган (1049 м) та Малий Погар (1076 м) [15].

На лівобережжі Пруту поблизу м. Яремче з вершинами і гребенями пов'язана наявність скельних виходів; до долин потоків приурочені ділянки обвально-осипних схилів, особливо на лівобережжі р. Жонка і в пригребеневій частині хребта з вершиною Синячка (1401 м). Морфологічно долини нагадують ущелини, а самі ріки є селенебезпечними. Хребтом Під Буківцем хребет Явірник з'єднується з хребтом з вершиною Синячка.

Крайнім хребтом Горган (вершини Велика Рокита — 1110 м, Мала Рокита — 1106 м, Цапул — 1046 м) на правобережжі Пруту є вододільний хребет між правими притоками р. Прутець Чемигівський та ріками Ослава і Лючка. Цей хребет сильно розчленований ріками і потоками, тому має численні відроги з вершинами Яворова (997 м), Малева (845 м) та Маковиця (984 м). Схили цих хребтів середньої крутизни (15–25°), переважають процеси площинного змиву, в деяких місцях — давні дрібні горбисто-зсуvnі форми.

В околицях Делятина на лівобережжі Пруту (межиріччя р. Любіжня і правих приток Бистриці Надвірнянської) розташований невисокий хребет з вершинами Бзовачка (950 м) і Коняч (944 м), пригребеневі ділянки якого практично повністю вирівняні. П. М. Цись [28] вважає ці гребені залишками давньої поверхні вирівнювання. Їх відносні висоти коливаються в межах 400–500 м. На межиріччі рік Перемиска і Любіжня такі ж вирівняні поверхні (1–5°) мають відносні висоти 450–550 м. На правобережжі, в районі сіл Заріччя та Білі Ослави виділяється декілька відокремлених куполоподібних вершин (Стражниця — 573 м, Кіпча — 699 м) з дуже пологими схилами (5–15°).

На лівобережжі Пруту при його виході з гір багатьма дослідниками виділяються поверхні вирівнювання рівня Лоєвої і рівня Красної [14; 17]. Їх можна побачити на межиріччі з Бистрицею Надвірнянською, причому рівень Красної можна виділити лише на невеликій території в підніжжі г. Страгора, що вказує сильну денудаційну діяльність в цьому районі.

Краще зберігся рівень Лоєвої. До нього відносяться, покриті давнім алювієм, плоскі вододіли Пруту з Бистрицею Надвірнянською, Вороною та, частково, з Дністром. Абсолютна висота поверхні Лоєвої змінюється від 350 до 500 м (відносна — від 70 до 150 м).

Виходи на поверхню геологічних світів в долині Пруту утворюють мальовничі відслонення, уступи та скелі, а також несуть цінну історичну інформацію про розвиток даної території. Живописний та унікальний рельєф створює же неповторні краєвиди. Частина цих цінних територій та об'єктів увійшли до складу заповідної зони Карпатського національного природного парку. Насамперед, це стосується таких бувших геологічних пам'яток природи як «Горган» та «Слон» [22].

На сьогоднішній день в долині гірського Пруту виділяється декілька природоохоронних об'єктів — пам'яток неживої природи:

- геологічна пам'ятка природи місцевого значення «Малевський комплекс», площею 3,0 га (Делятинська селищна рада), — унікальний комплекс, що складається з трьох скельно-прибережних ділянок — готичних складок, ступінчастого та броньованого берегів;
- геологічна пам'ятка природи місцевого значення «Білий камінь», площею 0,5 га у кварталі 12 виділ 2 Дорівського лісництва ДП «Делятинське лісове господарство», — виходи на поверхню унікальних скель, висотою до 30 м, з пісковика білого кольору; мальовничий скельний ландшафт — місце відпочинку;
- геологічна пам'ятка природи місцевого значення «Скеля на правому березі ріки Прут», площею 1,0 га у кварталі 16 виділ 2 Дорівського лісництва ДП «Делятинське лісове господарство» — відслонення стрижівської світи, ускладнене диз'юнктивним розломом.

Проте, це лише окремі приклади унікального геологічного середовища долини гірського Пруту. Тут є місця, що зажили всесвітньою слави. Так, в околицях Делятина знайдено палеонтологічні знахідки у менілітовій серії (залишки іхтіофууни) та добrotівській світі (викопні сліди орнітофауни та теріофууни), які є унікальними у науці і вперше тут описані [15]. Тут відслоняються класичні розрізи ямненської світи, кливського горизонту, воротищенської світи тощо. А чого вартають кам'яні розсипи, порослі сосною гірською — це унікальні геолого-геоморфологічні унікуми. Отож, на перспективу необхідно виділити ще ряд геологічних та геоморфологічних заповідних об'єктів. До них можна віднести:

- відслонення кливського горизонту та нижньоменілітовій світи з залишками палеоіхтіофууни — у долині р. Любіжня у Делятині;
- класичне відслонення добrotівської світи з залишками палеотеріофууни та палеоорнітофауни — на обидвох берегах Пруту на присілку Облаз у Делятині та урочищі Долішняк у Заріччі;
- каньйоноподібна долина р. Женець, де відслоняються відклади ямненської, манявської, бистрицької, вигодської та менілітової світі;
- пра-долина Пруту по маршруту Делятин–Яблунів–Коломия, де вивлено комплекс пліоценових терас та «мертву долину» на межі сс. Чорні Ослави та Лючки;
- привершинні частини Горганських вершин з чудовими краєвидами, кам'яними розсипами та заростями сосни гірської.

Виходячи з детального дослідження геолого-геоморфологічної будови басейну гірської частини басейну ріки Прут, запропонованих для виділення нових та переведення в іншу категорію вже існуючих пам'яток природи можна сказати, що дана територія є привабливою для туристів яких крім фізичного і душевного відпочинку цікавить також розширення своїх знань, зокрема з географічної чи геологічної науки. Басейн ріки Прут в цьому аспекті є дуже багатим, оскільки тут поєднуються різновікові та різні за походженням гірські породи, добре простежуються відслонення та виходи на денну поверхню різних шарів геологічних порід, можна в безпосередній близькості дослідити багато форм рельєфу, яких не зустрінеш де інде. В поєднанні з активним розвитком туристичного бізнесу в Карпатському регіоні науковий туризм може стати в майбутньому одним із джерел наповнення місцевого бюджету, а також додатковим заробітком для місцевих жителів.

Література

1. Богданов А. А. Основные черты тектоники Центральной синклинальной зоны Восточных Карпат [Текст] / А. А. Богданов, Ю. М. Пущаровский // Изв. АН СССР. Серия геология. — 1950. — № 2. — С. 45–64.

2. Бондарчук В. Г. Радянські Карпати [Текст] : геолого-географічний нарис / В. Г. Бондарчук. — К. : Радянська школа, 1957. — 180 с.
3. Вялов О. С. К геологии фундамента Предкарпатского передового прогиба [Текст] / О. С. Вялов // Уч. зап. ЛГУ. Серия геология. — 1955. — Т. 35. — Вып. 8. — С. 5–40.
4. Вялов О. С. Краткий очерк тектоники Восточных Советских Карпат [Текст] / О. С. Вялов // Матер. КБГА. — К.: Наукова думка, 1960. — № 1. — С. 1–24.
5. Вялов О. С. Общее структурное подразделение Западных областей УССР [Текст] / О. С. Вялов // Изв. АН СССР. Серия геол. — 1953. — № 5. — С. 119–123.
6. Вялов О. С. Структура Карпат и Закарпатской области УССР [Текст] / О. С. Вялов // Тр. н.-т. совещ. по нефти, озокериту и гор. газам Укр. ССР. — К. : Изд-во АН УССР, 1949. — С. 291–310.
7. Габинет М. П. Геология и полезные ископаемые Украинских Карпат [Текст] / М. П. Габинет, Я. О. Кульчицкий, О. И. Матковский. — Львов : Изд-во Львов. ун-та, 1976. — Ч. 1. — 200 с.
8. Геологическое строение и горючие ископаемые Украинских Карпат [Текст] / УкрНИГРИ / [Под ред. чл.-корр. АН УССР, проф. В. В. Глушко, к.г.-м.н. С. С. Круглова]. — М. : Недра, 1971. — Вып. XXV. — 392 с.
9. Геология СССР [Текст] / [Гл. ред. А. В. Сидоренко]. — М. : Недра, 1966. — Т. XLVIII : Карпаты. — Ч. 1 : Геологическое описание. — 540 с.
10. Гожик П. Ф. Геоморфологія долини р. Прут [Текст] / П. Ф. Гожик / Геоморфологія річкових долин України. — К. : Наукова думка, 1965. — С. 86–89.
11. Голубков И. А. Схема стратиграфии северо-восточного склона Советских Карпат [Текст] / И. А. Голубков // Геол. сб. ВНИГРИ. — М.-Л. : Недра, 1953. — Вып. 2. — С. 146–154.
12. Гофштейн И. Д. Неотектоника Карпат [Текст] / И. Д. Гофштейн. — К. : Изд-во АН УССР, 1964. — 182 с.
13. Гофштейн И. Д. Про фази складчастості в Карпатах [Текст] / И. Д. Гофштейн // Геол. журн. АН УРСР. — К. : Вид-во АН УРСР, 1961. — № 5. — С. 70–76.
14. Демедюк Н. С. Древние поверхности выравнивания Украинских Карпат [Текст] / Н. С. Демедюк // Геоморфология. — 1982. — № 3. — С. 36–43.
15. Клапчук В. М. Делятинціна [Текст] : історико-географічне дослідження / В. М. Клапчук, М. М. Клапчук. — Івано-Франківськ : Фоліант, 2007. — 584 с.
16. Ковальчук И. П. Регіональний еколо-геоморфологічний аналіз [Текст] / И. П. Ковальчук. — Львів : Заповіт, 1997. — 438 с.
17. Кравчук Я. Геоморфологічна регіоналізація Полонинсько-Чорногірських Карпат [Текст] / Я. Кравчук, М. Іванік // Проблеми геоморфології і палеогеографії Українських Карпат і прилеглих територій : Зб. наук. праць. — Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. — С. 52–65.
18. Кравчук Я. С. Геоморфологія Передкарпаття [Текст] / Я. С. Кравчук. — Львів : Меркатор, 1999. — 188 с.
19. Кравчук Я. С. Геоморфологія Скибових Карпат [Текст] / Я. С. Кравчук. — Львів : Вид. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2005. — 231 с.
20. Кульчицкий Я. О. Геологическое строение и полезные ископаемые Украинских Карпат [Текст]: автореф. дисс. ... докт. наук : 04.00.01 / Я. О. Кульчицкий. — Львов, 1968. — 40 с.
21. Палиенко В. П. Опыт классификации морфоструктур Украинских Карпат [Текст] / В. П. Палиенко, И. Л. Соколовский // Физическая география и геоморфология. — 1979. — № 21. — С. 23–31.
22. Природно-заповідні території та об'єкти Івано-Франківщини [Текст]. — Івано-Франківськ, 2000. — 272 с.
23. Рудько Г. І. Інженерно-геоморфологічний аналіз Карпатського регіону України [Текст] / Г. І. Рудько, Я. С. Кравчук. — Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2002. — 171 с.
24. Спиридовон А. И. Флювиальные поверхности центральной части Украинского Предкарпатья [Текст] / А. И. Спиридовон // БМОИП : отд. геол. — М., 1966. — Т. 41. — С. 115–123.
25. Субботин С. И. Глубинное строение Советских Карпат и прилегающих территорий по данным геофизических исследований [Текст] / С. И. Субботин. — К. : Изд-во АН УССР, 1955. — 258 с.
26. Цись П. М. Геоморфологія УРСР [Текст] / П. М. Цись. — Львів : Вид-во Львів. ун-ту, 1962. — 262 с.
27. Цись П. М. До типології і взаємодії морфоструктурних та морфоскульптурних елементів Українських Карпат [Текст] / П. М. Цись // Вісн. Льв. ун-ту. — 1970. — Вип. 5. — С. 51–53.

28. Цись П. М. Про геоморфологічні особливості долини р. Прут в районі Ворохти [Текст] / П. М. Цись // Геогр. зб. Львів. держ. ун-ту. — Львів, 1951. — Т. 18. — Вип. 1. — С. 118–119.
29. Цись П. Н. О древнем оледенении Карпат [Текст] / П. Н. Цись // Доп. та пов. Львів. держ. ун-ту. — Львів, 1955. — Вип. 6. — Ч. 2. — С. 6–8.
30. Łomnicki M. Atlas geologiczny Galicyi : [tekst do zeszytu XVIII (Ark. Stanislawow, Kolomyja, Sniatyn)] [Текст] / M. Łomnicki. — Kraków, 1905. — 19 s.
31. Łomnicki M. Dolina Prutu od Delatyyna do Czarnohory pod wzgledem geologicznym [Текст] / M. Łomnicki. — Kraków, 1879. — S. 79–87.
32. Paul K. Studien in der Sandsteinzone der Karpathen [Текст] / K. Paul, E. Tietze // Jahrbuch der k.k. Geol. Reichsanst. — Wien, 1877. — Band XXVII. — Heft 1. — S. 66–103.
33. Swiderski B. Budowa geologiczna Karpat Pokuckich [Текст] // St. Geol. — Boryslaw, 1925. — Biul. 7.
34. Swiderski B. Geomorfologia Czarnohory : [zbarwna mapa geomorfologiczna w skali 1:25000] [Текст] / B. Swiderski. — Warszawa : Wyd. kasy Mianowskiego Inst. popierania nauki, 1937. — 74 s.
35. Teisseyre W. O związkach budowie tektonicznej Karpat i ich przedmurza [Текст] / W. Teisseyre. — Lwów : Kosmos, 1907. — T. 32. — S. 393–402.
36. Tietze E. Beiträge zur Geologie von Galizien [Текст] / E. Tietze // Jahrbuch d.k.k. geol. Reichsanst. — Wien, 1886. — Band XXXVI. — Heft IV. — S. 681–698.
37. Zuber R. Flisz i nafta [Текст] / R. Zuber. — Lwów, 1918. — 381 s.

Клапчук М. В., Клапчук О. О.

ГЕОЛОГО-ГЕОМОРФОЛÓГИЧЕСКОЕ СТРОЕНИЕ БАССЕЙНА ГОРНОГО ПРУТА, КАК ОБЪЕКТА НАУЧНОГО ТУРИЗМА И ВОПРОСЫ ЗАПОВЕДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье подана подробная орографическая характеристика и геологическое строение горной части бассейна Прата. Приводится описание отдельных хребтов, гипсометрия большего количества вершин, характеристика современных экзогенных процессов. Выделено несколько памятников природы местного значения, которые могут быть переведены к памятникам общегосударственного значения. Также выделены объекты, которые могут быть занесены в природно-заповедный фонд Украины.

Ключевые слова: геолого-геоморфологическое строение, Пррут, туризм, памятники природы.

Klapchuk M. V., Klapchuk O. O.

GEOLOGIC AND GEOMORPHOLOGY CAL STRUCTURE OF MOUNTAIN PART OF PRUT BASIN, AS OBJECT OF SCIENTIFIC TOURISM AND QUESTION OF THE PROTECTED TERRITORIES

In the article the detailed orographic description and geological structure of mountain part of Prut basin is given. Description of separate range, hypsometry of greater amount of tops, description of modern exogenous processes, is pointed. A few sights of nature of local value, which can be translated to sights of national value are selected. Objects which can be added to the naturally protected fund of Ukraine are also selected.

Keywords: geological and geomorphological structure, Prut, tourism, natural monuments.

Розділ 8.
**ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

УДК 338.48-52:797.11(477)

Бочан І. О.

**СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ
КРУЇЗНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

Розглянуто тенденції становлення світового круїзного бізнесу і використання його основних принципів на туристичному ринку України.

Ключові слова: суспільство, судноплавна компанія, суднобудування, круїз, круїзний туристичний бізнес, круїзні компанії.

Незважаючи на високі темпи розвитку світового туризму у ХХІ столітті, круїзний туризм склав трохи більше як 2 % від світових туристичних потоків, що дає всі підстави говорити про його еволюційне, динамічне зростання.

Завдяки доступності авіації як транспортного засобу, а також привабливості та надійності морських подорожей, з'явилася можливість для усіх бажаючих, в залежності від платоспроможності, використовувати весь простір землі та моря для відпочинку, пізнання, оздоровлення тощо.

Туризм і його різновид — круїзне судноплавство, належить до галузей глобальної економіки, що розвивається найефективніше. Круїзний туризм оптимізує структуру зайнятості та інноваційного розвитку морських держав.

Серед закономірностей розвитку круїзного судноплавства в будь-якому морсько-му регіоні особливого значення набуває рівень і характер співпраці держави із судноплавними компаніями круїзних операторів світу. Так, у 2009 році 13 найбільшим круїзним операторам світу належали лайнери, що перевищували 75 % загальної пасажиромісткості світового пасажирського флоту [1].

У туристичному бізнесі існують різні форми організації подорожей, і одна із них — круїзи. Круїз — це туристична мандрівка на борту спеціального пасажирського судна річкою, морем чи океаном, як правило, із зупинками в портах. В даний час десятки круїзних компаній у всьому світі експлуатують сотні пасажирських суден місткістю від 70 до 2000–3000 пасажирів і пропонують захоплюючі поїздки практично у будь-який регіон світу. Міжнародна організація «Med Cruise», що займається аспектами морського круїзу, тільки в Чорноморському та Середземноморському басейнах налічує більше 40 країн.

Круїзний бум розпочався наприкінці двадцятого століття. За період 1994–2006 років круїзний бізнес за кількістю пасажирів, які скористалися круїзними суднами, зросла фактично у три рази. Пасажиропотік з базового рівня 5,57 млн. чол. зрос до 15,5 млн. чол. Лідерство на світовому круїзному ринку утримують США. З десяти провідних компаній, судна яких працюють в європейському сегменті, вісім представляють капітал США. Доходи від круїзних перевезень у США, що складали у 1997 році 11,6 млрд. доларів, зросли у 2010 році до 28 млрд. доларів. Середньорічний приріст доходу круїзних компаній

у США досягнув 10 відсотків. Індустрія круїзного судноплавства у США перевищує 200 тис. робочих місць. Одне робоче місце на круїзному лайнері сприяє виникненню 8–12 робочих місць в інших сферах економіки [2].

Для круїзного бізнесу важливими є висока якість та різноманітність послуг, що надаються на борту судна. Якість послуг забезпечується достатньою кількістю обслуговуючого персоналу (співвідношення — один працівник персоналу на двох-трьох пасажирів) та їх високою кваліфікацією.

Для ефективного надання послуг необхідно мати відповідний флот, але важливо адекватно розвивати берегову інфраструктуру і, перш за все, морські вокзали, готелі, ресторани, автомобільні дороги, музейні та інші інфраструктурні комплекси. Будь-які зливи у береговому обслуговуванні знижують імідж круїзної компанії. Статистично встановлено, що у середньому круїзний пасажир здатний витратити в окремому морському порту, куди заходить лайнер, від 70 до 150 EUR.

В круїзному судноплавстві, де формуються значні грошові потоки з широкою участю різних організацій, принципового значення набуває управління ризиками з позиції фінансової та функціональної стійкості. При цьому судноплавні компанії повинні врахувати сукупність ризиків, представлених на рис. 1.



Рис. 1 Сукупність ризиків фінансової стабільності круїзної судноплавної компанії [4]

Законами і положеннями, які чинні для організації туристичного бізнесу і діють в міжнародних круїзних компаніях, регламентуються обмеження для участі в круїзах:

- не допускаються особи молодші 21 року без супроводу (батьків або опікунів старших за 25 років);
- не приймаються заявки на бронювання місць для шкільних груп;
- круїзні компанії мають право відмовити пасажирам у посадці на лайнер за медичними показниками.

Організацією морських подорожей і круїзів займаються, як правило, спеціалізовані туристичні та екскурсійні компанії. За видом підприємництва на туристичному ринку їх можна поділити на туристичних операторів і туристичні агенства.

Туристичні (круїзні) оператори — юридичні або фізичні особи, котрі які займаються, в основному, створенням, просуванням та реалізацією морських круїзів. Судновласник і туроператор укладають строковий договір на обслуговування пасажирів за маршрутом круїзу. Фінансові відносини будуються на основі вартості круїзів. Їх величина визначається параметрами страхової ставки, рівнем комфорtabельності суден, що залежить від його категорії, а також зборами за проїзд каналів, вартостю берегових послуг, податками та іншими витратами.

Турагенства здійснюють функції між споживачем послуг і безпосереднім їх виробником, в даному випадку туроператором круїзних послуг.

Середньостатистичне співвідношення числа туристичних агенцій до кількості жителів у найрозвиненіших туристичних країнах знаходиться у межах показників 1 : 10 тисяч.

Поряд з традиційною роллю туристичних агенств з маркетингу і концентрації круїзних потоків, на частку яких у 2008 році припадало 90 % всіх продажів, зростає роль інформаційних технологій. Кількість туристів, які використовували Інтернет під час вибору і замовлення круїзу, збільшилася з 9 % у 2002 році до 36 % у 2008 році.

Зазвичай, до початку рейсу (дати відправлення) реалізуються вільні каюти з вищою вартістю. Для стимулювання раннього бронювання круїзів компанії використовують суттєві знижки і бонуси, що становлять 20–30 % від загальної вартості.

У ряді випадків туристи вибирають не круїзний маршрут, а компанію, яка забезпечує максимальне співвідношення ціни, сплаченої пасажиром за мандрівку, до якості наданих послуг. Туристичні агенства за масштабами діяльності можна поділити на 4 категорії:

- великі, що співпрацюють з 18–23 круїзними лініями;
- середні, що співпрацюють з 3–10 круїзними лініями;
- фірми, які орієнтовані на використання проїзної спроможності одного конкретного судна;
- фірми, які починають діяльність у круїзному сегменті за принципом «спроб і помилок».

Найважливішою умовою стійкості локальних і глобальних стратегій, як показує світовий досвід круїзного судноплавства, є соціально-економічний рівень життя населення країни. Основні чинники, що впливають на формування світового круїзного ринку, показані на табл. 1.

З початку ХХІ століття основна увага в розвитку світового круїзного бізнесу концентрується на оновленні круїзного суднобудування і круїзного флоту. 99 % замовлень світового пасажирського суднобудування сконцентровано у Європі. Виділяються верфи Фінляндії, Франції, але лідерує Італія, яка побудувала 22 круїзних судна за період 2008–2012 років. Головними складовими успіху у круїзному судноплавстві є рівень комфорта та надійності лайнера і професійний рівень працівників. Останнім часом у світі спостерігається тенденція до будівництва великих круїзних суден. У Фінляндії у 2009–2010 роках побудовано два мегалайнери — Чарівність морів та Оазис морів за наступними параметрами: довжина складає 361 метр, ширина — 66 метрів, висота —

Таблиця 1

Загальна характеристика чинників формування круїзного ринку [3]

Країна	ВВП (номінальний), млрд. дол.	Зовнішньо торг. оборот, млрд. дол.	Чисельн. населення млн. чол.	Середня зарплата	Чисельн. туристів, млн. чол.	Число учасників круїзів, млн. чол.	Дохід від туризму, млрд. дол.
Країни Європи							
Австрія	374,4	265,0	8,4	2000 є/міс.	20,8	—	49,5
Швейцарія	489,8	367,3	7,6	38000 є/рік	8,4	—	37,8
Франція	2666	989,0	65,4	1200 є/міс.	74,2	11,13	48,7
Німеччина	3273	2209,0	81,8	38866 є/рік	24,2	3,63	47,2
Іспанія	466	508,9	46,1	1500 є/міс.	52,2	17,83	53,2
Велико-британія	2224	824,9	61,1	3400 £/міс.	28,0	4,2	46,4
Країни Америки							
США	14260	2609,7	307,2	3906 \$/міс.	54,9	8,235	81,7
Канада	1336	603,7	33,8	2000 \$/міс.	17,9	2,685	15,5
Мексика	1017	458,2	112,5	700 \$/міс.	21,5	3,225	12,9
Куба	56,52	14,1	11,5	12 \$/міс.	2,4	0,36	2,5
Аргентина	304,9	94,4	40,9	500 \$/міс.	4,6	0,69	2,7
Бразилія	1499	249,9	198,7	250 \$/міс.	5,0	1,5	5
Країни Азії							
Японія	5068	1042,0	126,8	3900 \$/міс.	8,3	1,24	10,8
Китай	4909	2158,3	1338,6	1088 \$/міс.	50,9	7,6	29,3
Індія	1236	432,7	1156,9	207 \$/міс.	5,0	0,75	5
Туреччина	615,3	244,3	77,8	33,3 \$/день	25,5	3,8	13,2
Мальдіви	1,4	0,9	0,4	500 \$/міс.	10,1	6,5	0,6
Республіка Корея	832,5	691,1	48,5	2100 \$/міс.	6,4	0,9	5,2

65 метрів кожний. На лайнерах створено цілі вулиці з бутіками, ресторанами, барами. Там знаходиться 12 тисяч екзотичних видів живих рослин, кущів і 56 видів дерев. Анимаційні програми пропонують розваги на будь-який смак. Спортивний і водний комплекси мають аквапарк, пляжний басейн, водний амфітеатр на 750 місць і критий театр на 1380 глядачів. В меню широкий асортимент страв кухонь народів світу та інше.

На американському континенті таким параметрам відповідає мегалайнер судноплавної компанії «Royal Caribbean International». Такі судна в круїзному бізнесі є символами якості та надійності для потенційних пасажирів. Проте, на Чорному морі для цієї групи суден не існує прийнятих умов обслуговування.

Організація обслуговування пасажиропотоків відповідних сучасних лайнерів зумовлює інвестиційні та організаційні завдання берегової інфраструктури, насамперед, морських вокзалів. Необхідно, щоб 2500–3000 туристів могли зйти на берег комфортно і безпечно протягом доволі короткого часу.

Жоден морський вокзал України не має технологій з'єднання суден з будівлею морського вокзалу за допомогою широких коридорів на кшталт переходів у сучасних аеропортах.

Пасажирські порти Чорного моря розглядаються як міжнародними круїзними операторами як транзитні для рейсів Середземноморських напрямів. Враховуючи нездатність транспортних відомств забезпечити відповідність вітчизняних морських портів світовим вимогам круїзного бізнесу, актуальним стає передача їх у власність міської влади. В першу чергу, це стосується порту м. Ялти. Це дозволить раціонально використати Південний Берег Криму для розвитку круїзного бізнесу.

Більшість морських пасажирських об'єктів, за винятком Одеського торгового морського порту, мають обмежені можливості щодо прийняття круїзних суден, що, в

свою чергу, не відповідає сучасним світовим вимогам. Одеський морський вокзал здатний приймати сучасні лайнери пасажиромісткістю на дві і більше тисячі чоловік. Варто врахувати, що лише одне причалювання середнього круїзного лайнера збільшує прибуток міста, без врахування портових зборів, до 50 тис. доларів.

Круїзний бізнес є туристично привабливим для України завдяки високій прибутковості. Незважаючи на диференціацію рівня життя в Україні, розширяється потенціал формування пасажиропотоків. Стандартним для європейських споживачів є круїзи тривалістю сім днів. Враховуючи всю корисність морського відпочинку і подорожей, туроператорам необхідно використовувати сучасні маркетингові технології, що формують конкурентні переваги для туристів, зокрема, за споживчими цінностями. Для прикладу, семиденний відпочинок в готелі Holyday Inn 4* на італійському курорті Ріміні для сім'ї з двома дітьми формується за ціною 334 євро з особи. В той час як туристичний круїз порівняльної тривалості на 5* лайнери MSC Fantasia коштує 228 євро з особи [5].

Розвиток чорноморського круїзного туризму має всі потенційні можливості для становлення і розвитку, зокрема його туристичну привабливість творить неповторний природно-береговий ландшафт. Це дає можливість сформувати якісні сервісні туристичні послуги, які б приносили задоволення туристам і підсилювали їхні враження від мандрівки. Проблемними для сьогодення є два невирішених питання: придбання і будівництво сучасних суден та розвиток берегової круїзної інфраструктури.

Література

1. Голубкова І. А. Закономерности устойчивого позиционирования сегмента круизного судоходства / Вісник Хмельницького національного університету [Текст] : збірник наукових праць. — Хмельницький 2010. — № 4, Т. 2.
2. Киричук К. Круизное судоходство — особая форма использования морского транспорта [Текст] / К. Киричук. — Судоходство. — № 6. — 2000.
3. Погребняк Ю. В. Развитие морского туризма в Украине [Текст] / Погребняк Ю. В., Жихарева В. В. // Судоходство. — № 3. — 2004.
4. Степанов О. Н. Стратегическое управление развитием морского порта [Текст] : монография. — Одесса : Астропринт, 2005.
5. Тимоцук О. М. Методичні положення по оцінці ефективності використання круїзного судна [Текст] // Економіка і держава. — 2005. — № 8.

Бочан И. Е.

МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ КРУИЗНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

Рассмотрено тенденции становления мирового круизного бизнеса и использование его основных принципов на туристическом рынке Украины.

Ключевые слова: общество, судоходная компания, судостроение, круиз, круизный туристический бизнес, круизные компании.

Bochan I. O.

GLOBAL TRENDS AND CHALLENGES OF THE CRUISE BUSINESS FORMATION IN UKRAINE

The tendencies of the global cruise industry formation and the use of its basic principles in tourism development of Ukraine are considered.

Key words: society, shipping company, shipbuilding, cruise, cruise tourism business, cruise companies.

УДК 504.062 (045)

Караван Ю. В.

ВИКОРИСТАННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В ТУРИЗМІ

Розглянуто можливість використання відновлюваних джерел енергії в туризмі. Проаналізовано конкретні приклади такого використання.

Ключові слова: екологія, туризм, ресурсозбереження, енергоносії, сонце, вітер, біомаса, тепло-забезпечення.

Екологічно-безпечний розвиток нашої держави, її національна безпека можливі лише за умови збереження природних систем та підтримки відповідної якості навколошнього природного середовища. Для цього потрібно формувати й послідовно реалізовувати ефективну екологічну політику, яка спрямовуватиметься на раціональне та безпечне використання природних ресурсів, перехід до ресурсозбереження й екологізації енергетичного комплексу та використання альтернативної енергетики, максимальної екологізації всіх видів людської діяльності, зокрема екологізації туристичної галузі.

У багатьох країнах екологізація туризму стає невід'ємною частиною всіх видів туризму і сприяє примноженню природних цінностей не тільки за допомогою екологічної просвіти, але й за рахунок коштів з прибутків від екотуризму. Розвиток туризму й екологізація традиційних видів туризму є досить важливим та актуальним питанням як для країни в цілому, так і для окремих її регіонів.

Ресурсозбереження — це прогресивний напрям використання природно-ресурсного потенціалу, який забезпечує економію природних ресурсів та зростання виробництва продукції з тією самою кількістю використаних сировини, палива, основних і допоміжних матеріалів. Це один з важливих факторів екологізації людської діяльності.

Екотуристичний комплекс поступово стає все більш перспективним, прибутковим і розвивається швидкими темпами. Водночас, його розвиток зумовлює посилення тиску на природне середовище, передусім у сфері споживання енергії. Тому, одним із найважливіших завдань є перехід до раціонального споживання енергії під час організації туристичних послуг та перехід до використання ресурсозберігаючих та альтернативних джерел енергії.

Проблеми екологізації туристичного комплексу і ресурсозбереження, методи їх впровадження та організації розглянуто в роботах А. В. Дроздова, В. М. Ісаєнко, К. Д. Ніколаєва, Г. О. Білявського, К. О. Бабікової [7, с. 15].

Метою даної роботи є аналіз розробки і впровадження програм енергозбереження на всіх об'єктах інфраструктури туристичних комплексів, використання альтернативних джерел енергії, аналіз вітчизняних і зарубіжних досягнень у цій сфері. Оскільки індустрія туризму та гостинності охоплює сектор подорожей, житловий сектор та харчування, розважальні та відпочивальні об'єкти, потрібно створити нові умови для відпочинку з мінімальною шкодою для природи, а також визначити перспективи використання нових джерел енергії.

Швидкий розвиток туристичної індустрії негативно впливає на навколошнє середовище. Найбільше навантаження створює транспорт, використання води і землі, накопичення відходів. Але однією з головних проблем є раціональне споживання енергії для організації туристичних послуг та перехід до альтернативних джерел енергії, які в основному є екологічно чистими.

З кожним роком ціни на енергоносії невпинно зростають, а проблема енергетичної безпеки країни стала одним із головних політичних питань [14, с. 5]. Розробка власних

родовищ корисних копалин також стає все більш економічно невигідною справою (не варто забувати і про щорічну кількість жертв у вугільній промисловості) [11, 4].

Постійне зростання цін на енергоресурси — головна причина підвищення тарифів на електроенергію. Вартість палива становить близько 80 % у структурі тарифу на електроенергію в Україні. Розвиток альтернативних джерел енергії дасть змогу знизити залежність держави від різких коливань цін на вуглеводну сировину, а отже, поліпшить економічну та екологічну ситуацію у країні [3, 168].

Ситуація в Україні відображає енергетичне становище всього світу. Наразі ситуація така, що запаси звичного палива виснажуються, а вироблення електроенергії за вже існуючими технологіями становить певну небезпеку для всього людства. Тому, галузь альтернативних джерел енергії є перспективною та розвивається усьому світі.

Відновлювані джерела енергії не дешеві. Безумовно ВДЕ-станції необхідно будувати. Звичайно, можна знайти такі місця, де вони будуть вигідні, корисні тощо. Просто до них необхідно підходити прагматично не перетворюючи їх на панацею. Наприклад, потрібно чітко розуміти, що в людей повинна бути можливість купити енергію від ВДЕ. Якщо середній громадянин Німеччини заробляє на місяць декілька тисяч євро, то він теоретично може собі дозволити виділити сотню-півтори євро для оплати за ВДЕ. А тепер спробуйте забрати цю ж суму в українця із середньостатистичною зарплатою 260 євро!

В чому основна біда України? У нас «старі» зарплати і «нові» ціни європейського рівня. Ми не можемо собі дозволити сліпо копіювати поведінку провідних країн ЄС. В Україні необхідно поступати так, щоб енергія була доступною для населення.

До 2050 року майже 80 % світової потреби в енергії може бути отримано з поновлюваних джерел енергії — такий висновок робить за результатами одного з досліджень Всесвітня рада з клімату ІРСС. Тільки одна сила вітру може забезпечити 20 % майбутнього поновлюваного енергетичного коктейлю. Сьогодні в усьому світі сила вітру використовується для виробництва всього 0,2 % енергії, яка покриває лише 2 % потреби в електричному струмі — значення, яке буде рости швидкими темпами.

Для України, де проблеми екології стоять досить гостро, внаслідок високої щільноті заселення і насиченості енергоємними виробництвами, особливо після чорнобильської аварії, рішення цих питань є досить актуальним.

У зв'язку з цим, особливо важливим є застосування екологічно чистих енерговиробних систем, в тому числі на базі нетрадиційних і відновлюваних видів енергії для різних об'єктів економіки. Для України найбільш перспективною і доступною є сонячна енергія. У південних регіонах країни і басейні Чорного моря, де кількість сонячних днів в році перевищує 200, річна тривалість сонячного світла становить близько 2600 годин, а середньодобова щільність сонячної радіації дорівнює $400 \text{ Вт}/\text{м}^2$, геліоенергетичні установки здатні ефективно працювати не менше восьми місяців на рік.

Сонячні енергосистеми задовольняють найжорсткіші санітарно-екологічні нормативи. Вони не мають жодного шкідливого впливу ні на людей, ні на флору і фауну, ні на навколошнє середовище в цілому. Споживаючи і перетворюючи енергію сонячного випромінювання, геліосистеми не викидають ніяких відходів виробництва. Матеріали, що йдуть на їх виготовлення, а це в основному метали і скло, є досить хімічно і фізично стійкими і негорючими, тому при експлуатації геліотехнічних установок практично виключається можливість серйозних аварій, пожеж вибухів і т. д., які шкодять довкіллю і загрожують здоров'ю людей.

Експлуатація геліоенергетичних установок потужністю 100 кВт протягом року, дозволить скоротити викид твердих і газоподібних речовин, що забруднюють навколош-

нє середовище, на 75–80 т. При цьому виключається і так зване теплове забруднення річок та водойм, що характерно при роботі теплових і атомних електростанцій.

Вже понад 30 країн світу використовують процес прямого перетворення сонячної енергії на електричну. На початок минулого року в Європі працювали сонячні електростанції загальною потужністю більше 5 ГВт (це можна порівняти з роботою п'яти атомних реакторів)!

Щодо державних програм по енергозбереженню, то їх «видано на гора» стільки, що всіх не перерахуєш. Однак, серед перспективних напрямків розвитку альтернативних джерел енергії в Україні сонячна навіть не розглядається. Перевагу віддають біоенергетиці, виробництву синтетичного газу з відходів виробництва, біопалива та навіть використання шахтного метану [12, с. 2].

Наша держава практично повністю залежить від імпортних енергоносіїв. І хоча приймаються укази про впровадження енергозберігаючих технологій, однак, все залишається тільки на папері. Тим часом всі традиційні енергоресурси дорожчають, а безкоштовною залишаються тільки енергія сонця або вітру — вони належать всім.

«Колись за рахунок енергії води, вітру і сонця існуватиме все людство», — вважають вчені. Тільки коли наступить це «колись»? Згідно з Програмою державної підтримки розвитку нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії до 2030 року сумарний обсяг заміни традиційних теплоенергоресурсів на «альтернативні» має становити 10 % всього енергоспоживання в Україні. Декілька років тому з ініціативи Бориса Патона в Києві було створено Інститут відновної енергетики НАНУ. Основне завдання наших фахівців полягає в тому, щоб на базі останніх досягнень науки все-таки знизити вартість обладнання. Тільки тоді у відновну енергетику залучатиметься приватний капітал і галузь стане прибутковою.

Туристичний комплекс як галузь економіки є постійним і досить інтенсивним користувачем природних ресурсів. При цьому індустрія екотуризму не тільки широко використовує природні ресурси, але і забруднює навколоишнє середовище. Подальший розвиток екотуристичного комплексу взагалі можливий тільки за умови його екологізації [10, с. 215].

Прикладом екологізації енергетичного комплексу в туристичній сфері може стати Карпатський регіон — один із найбільш потенційних та перспективних районів для організації та розвитку екологічного туризму. Він являє собою унікальну екосистему, де потрібно раціонально поєднувати розвиток рекреаційної індустрії та виробництво сільськогосподарської продукції зі збереженням природи Карпат.

Екологічний курорт повинен, по мірі можливостей (природних та фінансових), впроваджувати методи використання поновлюваних ресурсів (наприклад, енергії сонця, вітру, біomasи, геотермальної енергії). У місцях, що характеризуються високою енергією вітру можуть бути застосовані електричні установки вітрових турбін, в той час в кліматичних умовах з високою сонячністю має бути прийнято до уваги використання сонячних батарей. Є, звичайно, обмеження на використання цього типу установки. Основним обмеженням є кількість годин на рік коли світить сонце, або слабкий вітер або низька енергія річок. Ці фактори можуть бути передбачені на підставі метеорологічних даних. Установка цих систем може бути досить дорогою, але витрати швидко повернутися, оскільки рахунки за електроенергію є набагато менші.

Використання сонячної енергії в туристичних об'єктах це «вимоги» середовища, а туризм є в першому ряді серед тих, хто захищає його від загроз. Було б корисно використовувати енергію сонячних колекторів для нагріву води і номерів готелів, закладів харчування в туристичних об'єктах.

В туристичних об'єктах на 20 осіб, після використання сонячного колектора, економія споживання електроенергії становить 10 % річних.

Основні аргументи на користь встановлення сонячних панелей:

- використання сонячних батарей особливо корисне в місцях, відданих від ліній електропередач і де необхідним є електричний струм малої потужності;
- батареї можуть бути використані в поєднанні з іншими джерелами енергії.
- ці батареї дорогі в інсталяції, але дешеві в експлуатації;
- ризик провалу цього проекту малий, якщо відомі метеорологічні дані про кількість сонячних годин;
- зазвичай не потрібно будь-яких дозволів на їх встановлення.

У контексті сонячної енергетики Україна є на рівні з чотирма державами, що мають найпотужніший потенціал розвитку цієї галузі. Це США, Японія, Китай та Німеччина. До того ж, на території України діють законодавчі акти, що спрощують процес виробництва сонячних станцій, панелей. Така база створена для того, щоб стимулювати розвиток вітчизняної сонячної енергетики, що в свою чергу, дає змогу виробникам опускати ціни на свою продукцію. Галузь сонячної енергетики в Україні досить перспективна, проте, на жаль, досі відсутнє банківське кредитування на купівллю та встановлення сонячних геліопанелей.

Теплоенергетика стоїть на 3-му місці серед джерел забруднення землі, тобто — є одним із основних факторів забруднення. Таким чином, часткова заміна теплової енергетики на сонячну може значно підвищити рівень безпечності землі та можливості її використання.

За останніми даними, лише у 2010 році Іспанія виробила 2,7 % енергії з поновлюваних джерел, а Німеччина — 2 % енергії отримала з поновлюваних джерел. На думку експертів Міжнародного енергетичного агентства, за стабільного розвитку вже через 40 років приблизно 20–25 % світової енергії буде вироблятися з альтернативних джерел, що суттєво знизить рівень викидів вуглекислого газу. Одним із засобів розповсюдження ідеї доступності сонячної енергії є європейські Дні Сонця, що вперше були проведені у 2002 році в Австрії та Швейцарії, а вже цього року проводилися у 17 країнах Європи. У 2011 році європейські Дні Сонця продовжилися в Україні. День Сонця у Києві пройшов 26 травня.

Традиційні кремнієві сонячні батареї нині ще дуже дорогі і громіздкі. Однак, щороку є тенденція до зниження їх вартості. Наприклад, минулого року в США винайшли сонячну батарею, що у 60 разів ефективніша за своїх попередників. Розробка базується на сучасних нано-технологіях, трьохмірні панельки поглинають більше сонячного світла [4, с. 7].

За сонячною енергетикою — майбутнє. Адже зводити міні-гідроелектростанції, як планувалося, на наших річках — коштує набагато дорожче: потрібно будувати греблю, встановлювати генератори. А сонячну енергію можна з успіхом використовувати як у містах, так і у селах. До речі, у місті Острог на Рівненщині у 2004 році встановили перші в Україні вуличні ліхтарі, які працюють на сонячних батареях. Впровадження проекту стало можливим завдяки перемозі на всеукраїнському конкурсі проектів енергозберігаючих систем. На реалізацію затратили 127 тисяч гривень. Вдень фотоелектрична система акумулює сонячну енергію, а вночі лампи горять без додаткового живлення. Завдяки цьому, на освітлення вулиць тепер витрачається вдесятеро менше коштів, а вартість обладнання на сьогоднішній день фактично повністю окупилася.

При створенні фотоелектричних систем настійно рекомендується максимальністю понизити потужність споживачів [9, с. 133]. Наприклад, як освітлювачі використовувати (по можливості) тільки люмінесцентні лампи. Такі світильники, при меншому споживанні в 5 разів, забезпечують світловий потік, еквівалентний світловому потоку лампи розжарювання.

Для невеликих фотоелектрических систем доцільно встановлювати її модулі на поворотному кронштейні для оптимального розвороту відносно падаючого проміння. Це дозволить збільшити потужність станції на 20–30 %.

Саме в Україні зосереджено 10 % світових потужностей з виробництва кремнію. Вже у 2004 році у нас випускалося 8 % світового виробництва сонячних батарей і колекторів. Однак, на державному рівні видобуток вітчизняної сонячної енергетики не стимулюється, тому більшість «сонячної» продукції іде на експорт. За рахунок продукції вітчизняних підприємств реалізуються програми розвитку альтернативної енергетики у Німеччині, Іспанії, Італії.

Отже, до масового попиту відновлюваної «альтернативи» ще далеко. Однак, українці починають усвідомлювати економічні та екологічні переваги сонячної енергетики. Найкраще зарекомендували себе гіbridні вітро-сонячні системи, що здатні працювати цілий рік, не залежно від погодних умов, що значно підвищують їх надійність [1, с. 281]. Вважають, що вартість їх компонентів щороку буде знижуватись.

Вітрова турбіна, як і будь-технічний апарат продукує звук. Правильно розташовані вітряні турбіни за допомогою кількох звукових екранів не є шумливими.

При експлуатації вітрових турбін встановлених в декількох сотнях метрів від будинку та господарських споруд шуму не чути взагалі, через те, що звук, що видають обертові лопаті поглинається навколошнім середовищем (вітер в деревах і рослинах, т. зв. «фоновий шум»). У середньому, можна припустити, що на відстані 350 метрів від вітрової турбіни чути звук з інтенсивністю 40 Дб.

Таблиця 1
Порівняння шумів, що генеруються різними пристроями в Дб

Вуличний рух в містах	80
Кліматизація	60
Гучний ресторан	70
Дитина, що плаче	115
Порохотяг	70
Пральна машина	78

Високі (до 150 м) вітрові електростанції з кольором контрастним на тлі неба і земної поверхні з різними формами, а також рухомі, впливають на ландшафт. Залежно від рельєфу місцевості і її використання, а також типу та кількості турбін встановлених в одному місці, вітропаркі можуть бути помітними навіть з великої відстані. Оцінюючи вплив вітрових турбін на ландшафт, слід пам'ятати, що альтернативою використанню відновлюваних джерел енергії є енергія з традиційних джерел, вплив яких на ландшафт незрівнянно більший [2, с. 7]. Додатковою перевагою цієї системи є простота розбирання і можливість перенесення її в інше місце.

Україна є країною з різними кліматичними умовами. Це призводить до різних вітряних умов у різних частинах країни, від якої залежить енергія вітряних турбін. Передбачається, що в Україні економічно вигідна, і одночасно реальна ефективність роботи вітрових електростанцій в діапазоні від 25 % до 40 %.

Наприклад, турбіна потужністю 2 МВт буде виробляти близько 4,4 ГВт/рік при 25 % ефективності і 7 ГВт/рік при 40 % ефективності.

Використання гідроенергетики вимагає більшого фінансування та дозволу на будівництво і експлуатацію. Будівництво гіантських дамб останнім часом було припинено через величезні фінансові витрати і більшого, ніж очікувалося, впливу на навколошине середовище, яке викликають греблі.

Енергія біомаси є енергією, яка міститься в масі органічного походження. Це можуть бути фекалії тварин (в основному травоїдних), деревина, компост. Ця енергія є поновлювана коли продукується така сама кількість біомаси, яка споживається. Це можливе джерело енергії для використання практично в будь-якому місці на земній кулі.

Є багато способів використання біомаси, як у великому масштабі, так і в малому [8, с. 25]. Перетворення енергії біомаси на теплову чи електричну енергію може бути зроблено шляхом спалювання, хімічних, біологічних і біохімічних реакцій. Як правило, проміжним продуктом буде тепло або біогаз (етанол, метанол), що підходить для багатьох пристрій, таких як печі, котли або електричні турбіни.

Є кілька інших альтернативних джерел енергії але будівництво електростанцій, що працюють на цих джеренах, або занадто дороге, або вимагає особливих кліматичних і геологічних умов.

Відновлювані джерела (крім енергії води, що падає) мають спільні недоліки: їхня енергія дуже слабо сконцентрована, що створює чималі труднощі для практичного використання. Вартість відновлюваних джерел (не враховуючи ГЕС) набагато вища, ніж традиційних. Як сонячна, так і вітрова та інші види енергії, можуть успішного використовуватись для вироблення електроенергії в діапазоні потужностей від кількох до десятків кіловат. Але ці види енергії цілком неперспективні для створення потужних промислових енергоджерел.

Самовідновлювані джерела мають меншу концентрацію енергії, вона не сконцентрована в якихось місцях, а розсіяна на великому просторі. Самовідновлювані джерела енергії найбільш раціонально можуть бути використані в безпосередній близькості від споживача, без передачі енергії на значну відстань. До цих джерел належать енергія сонячного випромінення, вітру, геотермальна, припливів та відплівів тощо.

Енергія сонячного випромінення може бути використана як теплова. Це дуже важливо, оскільки на частку теплової енергії припадає приблизно 75 % усієї споживаної енергії. Однак, при побудові схем енергозабезпечення від самовідновлюваних джерел енергії слід брати до уваги, що енергія сонячного проміння, морських хвиль, вітру змінна з часом та в просторі.

Сонячна радіація — це невичерпне відновлюване джерело екологічно чистої енергії. Розподіл глобального потоку сонячної радіації на поверхні земної кулі нерівномірний. Кількість сонячної енергії, яка надходить за рік на 1 м² поверхні Землі, змінюється приблизно від 3000 МДж/м² на півночі до 8000МДж/м² у пустелях.

Під час літнього відпочинку ми використовуємо електротехнічне обладнання: ноутбук, телефон, GPS. На катері або автофургоні завжди не зайвим є заряджений акумулятор.

Для тих користувачів, які не хочуть відставати від інших, щоб перезарядити батареї, пропонуються гнучкі панелі. На човні зазвичай не вистачає місця для додаткового обладнання. Волого, часте затінення і, нерівні поверхні вимагають рішень відмінних, ніж ті, які використовуються у випадку побутових фотоелектричних систем.

На сьогоднішній день виробляються призначені для туризму гнучкі панелі, пристосовані до різних погодних умов, тиску (ви можете ходити по них), супер-легкі, легко встановлюються. Вони є водонепроникними і можуть бути об'єднані для збільшення потужності.

Більшість туристів можуть дозволити собі сонячну панель за 200 або 300 гривень, що забезпечить незалежність для невеликих пристрій, таких як GPS або мобільний телефон.

Ще тисячі років тому люди робили подорожі як по суші, так і по воді без використання будь-яких видів палива, а про такий вид енергії, як електрику і не думали. Використання в якості засобів пересування коней і парусних суден ніяк не назвеш ні практичним, ні комфортним. Транспорт на бензинових і дизельних генераторах енергії також поступово витісняється. Нові способи пересування — на енергії поновлюваних джерел — набувають все більше прихильників.

Швидко зростаюча популярність сонячних батарей не обійшла стороною і водні види транспорту. Сонячні панелі встановлюють на борту катерів і яхт і як додаткове джерело енергії, і як основне — на безмоторних судах. Електрика, що генерується сонячними панелями, використовується для запуску морехідного і комунікаційного устаткування, бортового освітлення і т. д. Застосування сонячних батарей на яхтах, особливо виправдано у випадках тривалих подорожей в регіони земної кулі, що відрізняються високим рівнем інсоляції. Для таких судів сонячні модулі виготовляють, як правило, на замовлення.

Електромоторні суда на сонячних батареях для водних прогулянок і риболовлі завойовують все більшу популярність. Історія появи перших водних транспортних засобів, рухомих енергією сонця, налічує вже багато десятиліть. Саме на воді було випробувано перший транспортний засіб з електроприводом. У 1833 році німецьким інженером Якобі, який працював в Петербурзі, було спущено на воду човен з двома електромоторами, які працювали від 27 гальванічних батарей. Експеримент виявився вдалим: човен зміг піднятися вгору по Неві на кілька кілометрів, що в ті часи було небаченим досягненням людської думки. Однак, низька енергоємність батарей послужила перешкодою до подальших експериментів і їх довелося припинити. Тим не менше, початок було покладено.

Початок 20 століття ознаменувався появою маломірних суден з двигунами внутрішнього згоряння. Більш висока енергоємність вуглеводневого палива в порівнянні з гальванічними батареями змусили на час забути про інші джерела енергії. Човни, катери, катамарани з потужними бензиновими моторами ще довгі роки залишалися найбільш затребуваним видом водного транспорту. Електромоторні ж суда, зважаючи на недосконалість акумуляторних батарей того часу — складність їх зарядки і обмеженого ресурсу, — до недавнього часу, поряд з електромобілями, практично не зустрічалися.

Човни і катери з рідкопаливними двигунами сьогодні поширені повсюдно. Отруюючи воду і повітря продуктами згоряння палива, викликаючи ерозію берегів водойм сильними хвилями, знищуючи природні екосистеми, моторні човни вже не викликають колишнього ентузіазму і змушують звертати свій погляд на альтернативні екологічні джерела енергії. Сонячні суда на екологічно чистій поновлюваній енергії можуть стати найкращим вирішенням проблеми відпочинку на природі, рибалки і туризму, які не отруюють ні шкідливими вихлопами, ні шумом моторів.

Створення водних транспортних засобів на сонячній енергії пов'язано з меншою кількістю проблем, ніж створення електромобіля:

- велика площа палуби катера або човна забезпечує достатню площеу для розміщення необхідної кількості сонячних батарей;
- відсутність проблеми затінення деревами, будинками та ін. дозволяє виробляти більшу кількість енергії;
- розгін і гальмування, подолання підйомів і спусків, що вимагає підвищених потужностей, — прерогатива лише наземного транспорту.

Всі водні транспортні засоби з сонячним приводом мають акумулятор, ємність і вага якого підбирається в залежності від призначення судна. На маломірних судах для водних прогулянок у вихідні вони можуть бути невеликими і заряджатися у робочі

дні. Сонячні батареї для їх зарядки необов'язково розміщувати в самому човні, доцільніше користуватися послугами стаціонарної берегової геліостанції. Для коротких водних прогулянок акумулятори не обов'язкові, в таких випадках необхідно передбачити наявність резервного рушія: весел, педалей або вітрила, яким може служити і сама сонячна батарея, будучи одночасно навісом, що захищає від негоди.

Сучасні електромотори мають істотні переваги в порівнянні з двигунами внутрішнього згоряння. Вони не потребують змазування і заміни масла, не вимагають палива, що дозволяє не захаращувати простір емностями для пального.

Швидкість першого електромоторною судна на сонячній тязі, побудованого в 1975 році англійцем Аланом Фріменом, становила всього 5 км/год. Сьогодні ж швидкість човнів і катерів з сонячними батареями зросла більш ніж удвічі і це вже не штучний товар — вони вільно продаються в звичайних магазинах спортиварів, правда, це більше відноситься до європейських країн: Німеччини, Швейцарії та ін.

Давно вже не фантастика прогулянкові катери на сонячних батареях, що курсують на озерах, і навіть між островами в морі.

Перспективним напрямом використання для тепlopостачання відновлюваних джерел енергії є опалення та гаряче водопостачання на їх основі готелів.

Для теплозабезпечення можна застосовувати комбіновану систему виробництва тепла, що складається з пікового (на основі традиційного палива) та головного (на основі теплоти сонця та навколишнього середовища) джерел енергії [6, с. 8].

Можуть бути такі технічні схеми комбінованої системи теплозабезпечення:

- схема теплозабезпечення на основі компресійного теплового насоса, який використовує тепло приповерхневого шару ґрунту та пікового електрокотла;

- схема теплозабезпечення на основі компресійного теплового насоса, який використовує тепло приповерхневого шару ґрунту та пікового газового котла, що споживає природний газ;

- схема теплозабезпечення на основі компресійного теплового насоса, який використовує тепло підземних вод приповерхневого водоносного горизонту та пікового електрокотла;

- схема теплозабезпечення на основі компресійного теплового насоса, який використовує тепло підземних вод, приповерхневого водоносного горизонту та пікового газового котла, що споживає природний газ.

В усіх чотирьох перелічених технічних схемах гаряче водопостачання в опалюваний період здійснюється за рахунок теплоти від теплового насоса, в літній період за рахунок сонячної радіації. Влітку також здійснюється штучна акумуляція у приповерхневому шарі ґрунту та водоносному горизонті теплоти сонячної радіації.

Схема з використанням пікового котла на природному газі та підземного акумулятора, що створюється в приповерхневому водоносному горизонті є найбільш енерго-ефективною. Під час її застосування біля 59,31 % енергії виробляється за рахунок відновлюваних джерел енергії.

Системи сонячного теплозабезпечення (геліоустановки) поділяють на пасивні та активні. Пасивні — найбільш дешеві та прості — «сонячні доми» — для збору та розподілу сонячної енергії використовують архітектурні елементи будівлі і не потребують додаткового обладнання. Але частіше використовуються активні системи з обладнанням для збору, зберігання і розподілу сонячної радіації. Вони дозволяють покращити архітектуру будівлі, збільшують ефективність використання сонячної енергії, а також дають змогу забезпечити більші можливості регулювання теплової напруги і розширяють сферу застосування.

До складу активної системи сонячного опалення входять: колектор сонячної енергії — забезпечує перетворення сонячного випромінювання в тепло, яке передається теплоносію, що нагрівається і циркулює в колекторі; акумулятор тепла; додаткове (резервне) джерело енергії; теплообмінники для передачі тепла з колектора в акумулятор та з останнього до споживача; насоси або вентилятори; трубопроводи з арматурою та комплекс пристрій для автоматичного управління роботою системи.

У залежності від виду теплоносія в контурі колектора сонячної енергії розрізняють рідинні та повітряні геліосистеми. Теплоносієм в колекторі може бути рідина (вода, 40–50 % водний розчин етилен- або пропіленглюколя) чи газ (повітря). Використання повітря дозволяє виключити проблеми замерзання і корозії, але теплотехнічно ці системи менш ефективні, ніж рідинні. В основному теплоносієм служить вода або антифриз. При цьому ККД колектора більший, але існує можливість замерзання або корозії, перегріву. Тепла в будівлі розподіляється за допомогою вентилятора та повітропроводів у повітряних системах або за допомогою випромінюючих панелей, радіаторів чи конвекторів, розрахованих на знижений температурний теплоносій (рідинні системи). Якщо теплове навантаження опалення дорівнює 45–60 Вт/м², то при використанні підлогових систем опалення достатньо мати температуру води 30 °C, а температуру поверхні підлоги 22–24 °C, щоб у приміщенні температура повітря була 18 °C. При цьому коефіцієнт тепловіддачі від підлоги до повітря дорівнює 10–12 Вт/м². Підлога звичайно з бетону всередині котрого ряд поліетиленових труб (діаметр 20 мм) для теплоносія, знизу розміщується шар теплоізоляції, що гідроізольується від шару кам'яної засипки. В іншому варіанті використовуються мідні труби з алюмінієвим ребром діаметром 50 мм, розташовані над шаром жорсткого поліуретану. Зверху на алюмінієвий лист кладеться шар підлоги, а на нього палас. Під опалюваною підлогою може розміщуватися галетний акумулятор, крізь який за допомогою вентилятора продувається повітря.

Інноваційний еко-готель включає в себе сонячні панелі на даху для нагріву води, вітряні генератори для вироблення електроенергії, шибки з вторсировини, меблі повністю зроблену з перероблених матеріалів. З побутових відходів виробляють тепло та енергію, система збору дощової води постачає водою туалети, дах з тонким шаром ґрунту і зеленими насадженнями допомагає тепло- і звукоізоляції. На даху — до чотирьох сонячних панелей для нагріву води, щоб знизити використання невідновлюваних джерел енергії. Дощова вода збирається в баки на даху і під землею, а потім використовується для змиву в туалетах, для поливу рослин, а також у посудомийних машинах і миючих пилососах. Відпрацьоване масло з кухні використовується як біопаливо. Покажчики з натурального базальту на вході і на газонах замінили пластикові та металеві таблиці. В обробці використовують нетоксичні фарби. Харчові відходи переробляють в добрива.

Для багатьох туристичних садиб і централізованих котелень перехід на місцеві енергоносії: солому, щепу, енергію сонця і вітру могли б суттєво скоротити видатки на закупівлю імпортованих енергоносіїв та створити нові робочі місця.

Для нагріву води та опалення деякі невеликі готелі (наприклад, мотель «Катерина» на околиці м. Львова) використовують тирсу.

Високо в українських Карпатах, на вершині гори Мегура, розташований готель «Ковчег», який знаходиться на висоті 1313 метрів над рівнем моря (гора Мегура у Буковинських Карпатах). Готель працює за рахунок лише альтернативних джерел енергії та процвітає вже не перший рік. Цей готель є яскравим прикладом того, як успішно можуть бути використані відновлювані джерела енергії на просторах України.

Система працює завдяки 6-м сонячним фотопанелям та геліосистеми для нагрівання води.

Геліосистема складається з трьох сонячних вакуумних колекторів СВК-Стандарт-НР — всього 70 вакуумних сонячних труб.

Система інтегрована в загальну систему теплопостачання і працює разом із твердопаливним котлом, забезпечуючи потреби готелю в гарячій воді та опаленні. В системі теплопостачання встановлені два баки-накопичувача: один для потреб гарячого водопостачання, другий — для системи опалення.

Окрім потреби в тепловій енергії, готель також частково забезпечується електроенергією за рахунок відновного джерела — енергії вітру. На об'єкті встановлені два вітрогенератори ВЕУ-08 вітчизняного виробництва. Загальна потужність системи вітрогенераторів становить 1,6 кВт. Готель не підключений до жодної енергосистеми та є повністю автономною енергетичною системою.

Відповідно до Регламенту № 1980/2000 Європейського парламенту і Ради Європи від 17 липня 2000 р. [13, с. 3] обов'язковим критерієм екологічно сприятливого готелю є те, що щонайменше 22 % електричної енергії, яку використовують для обігріву кімнат та теплої санітарної води повинно походить з відновлюваних джерел.

Туризм є також відповідальним за 5 відсотків всесвітніх викидів двоокису вуглецю, участь в яких готелів та інших об'єктів розміщення становить 2 відсотки. Хоча це відносно небагато, це зниження є одним з пріоритетних для галузі.

Всесвітня туристична організація (UNWTO) разом з партнерами запустила онлайновий інструмент, що дозволяє готелям оцінювати і контролювати споживання енергії.

Після трьох років детальних досліджень і випробувань UNWTO передало для експлуатації готельєрів інструмент, за допомогою якого готельери отримують звіт про поточне використання енергії, поряд з рекомендаціями використання відповідних технологій, відновлюваних джерел енергії та енергоefективності. Також визначає, яку економію готелі можуть очікувати від своїх екологічних інвестицій.

Онлайн інструмент доступний безкоштовно для всіх, хто зареєструється на сторінці Hotel Energy Solutions. Хоча проект, який відповідно до цілей енергетичної політики ЄС було створено для держав-членів Європейського союзу в найближчі роки він буде реалізованим по всьому світу.

Дискусії щодо значущості відновлюваної енергетики в структурі українського енергобалансу не вщухають, особливо в світлі підготовки до реалізації Національного проекту «Енергія природи». Нерідко в наукових і політичних колах звучать діаметрально протилежні думки про доцільність, можливості та масштаби будівництва та експлуатації об'єктів відновлюваної енергетики — від край пессимістичних до фантастичних.

На цьому шляху стоять великі ядерні, вугільні, газові, нафтові корпорації. А основний контрапротивник — відносно висока вартість «альтернативної» енергії.

Кому вигідні міфи про шалену дорогоvizну колекторів? В першу чергу, газовим магнатам, які почиваються незручно, усвідомлюючи перспективи масштабного втілення альтернативної енергетики в Україні. Насправді геліоколектори вже не такі дорогі — їх вже можна знайти навіть у межах 300 доларів за штуку. Для сім'ї з 2–3 чоловік потрібно два колектора. А строк експлуатації вони мають більше 30 років. Виявилося, що вкладати гроші у «сонце» вигідніше, ніж купувати електричні бойлери [11, с. 5].

Щодо туристичної галузі, приватних готелів, то тут ситуація також парадоксальна. Більшість підприємців ніколи не займалися цією справою. Часто аби запустити свій бізнес витрачають буквально всі кошти або навіть «залазять у боргову яму», тому перший час думають тільки про одне — як повернути витрачені гроші.

Але кожний власник готелю має бути готовий до того, що їх клієнти та кухня потребуватимуть великої кількості гарячої води. Хоча, наприклад, тепловий насос

використовуючи гаряче повітря на кухні може охолоджувати його, а тепло використовувати для підігріву води! Тепло виробляється за рахунок навколошнього середовища — землі, ґрунтових вод, водойми або просто повітря. Тільки одна відома шведська фірма IVT вже встановила понад 600 000 таких дивовижних пристрій. На Закарпатті встановлено поки що один тепловий насос. Хоча спектр застосування надзвичайно широкий — можна обігрівати будинок, басейн, навіть мале підприємство.

Ресурсозбереження, як фактор підвищення ефективності виробництва, повинне функціонувати в рамках справедливого законодавства, закони повинні чітко формулювати співвідношення між природними ресурсами і фізичними та юридичними особами. Особи, задіяні у виробництві з використанням ресурсів, запаси яких на межі або скоро будуть на межі, повинні стимулюватись з боку держави за новітні пропозиції щодо економії ресурсів за рахунок нових технологій, заміни одних ресурсів іншими в нормах балансу реального співвідношення одних ресурсів до інших. Треба наголосити, що такі міжнародні іноземні фонди, як Європейський Банк Реконструкції та Розвитку зацікавлені в проектах наших підприємців, спрямованих на підвищення виробництва завдяки новим технологіям, які також відповідають міжнародним екологічним стандартам, і під перспективні бізнес-проекти на тендерній основі пропонують довгострокові кредити під невисокі відсотки.

Розвиток енергетики спричинює дію на різні рівні біосфери: атмосферу, гідросферу, літосферу. Ця дія набуває глобального характеру, зачіпаючи всі структурні компоненти планети. Виходом для суспільства з цієї ситуації мають стати: упровадження нових технологій, поширення альтернативної енергетики і використання відновлювальних джерел енергії, які є практично невичерпними та не забруднюють навколошнє середовище.

Застосування енергоекспективних та екологічно чистих технологій, відновлюваних джерел енергії у будівництві та експлуатації житла дасть можливість усунути бар'єри для заощадження енергії і підвищення ефективності її використання. Енергоекспективні екологічні житла, бази відпочинку, в яких використовуються ресурсозберігаючі технології, що скорочують споживання електрики, тепла, води, де застосовуються системи сонячного обігріву та інші альтернативні джерела енергії (біопаливо), значною мірою можуть вирішити питання екологізації туризму, головною метою якого є збереження якості навколошнього природного середовища, сприятливого для нормального функціонування людини та інших живих організмів.

Екологічна та енергетична безпека екотуристичної галузі полягає в переході до раціонального природокористування, що, у свою чергу, передбачає відновлюваний кругообіг біосферних процесів у гармонії з процесами життєдіяльності людського суспільства. Тому, важливість проведення ефективної політики та відповідних заходів щодо способів екологізації енергетичного комплексу є одним із першочергових завдань нашої країни.

Використання альтернативних джерел енергії (сонячної енергії, низько потенційної енергії Землі та ін.) в екологічному туризмі призведе до подальшої екологізації цієї галузі [5, с. 26].

Література

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування [Текст] : монографія / О.О. Бейдик. — К. : ВПЦ Київ. ун-ту, 2001. — 395 с.
2. Величко С. Вітроенергетика: стан і перспективи [Текст] / С. Величко, А. Болтенков // Географія (Основа). — 2003. — № 6. — С. 4–8.
3. Гавриленко О. П. Екогеографія України [Текст] : навч. посіб. / О. П. Гавриленко. — К. : Знання, 2008. — 646 с. (168-210).
4. Гвоздкова И. А. Солнечная энергетика: подрастающий игрок [Текст] / И. А. Гвоздкова, Д. Ю. Парашук // Химия и жизнь. — 2007. — № 3. — С. 6–9.

5. Гетьман В. І. Екотуризм: теорія і реальність [Текст] / В. І. Гетьман // Рідна природа. — 2002. — № 3. — С. 24–29.
6. Демченко Є. С. Теплозабезпечення готелю «Жуляни» в місті Києві за рахунок використання відновлюваних джерел енергії [Текст] / Є. С. Демченко, З. В. Маслюков, С. Г. Новицька // Наукові технології. — 2010. — № 1 (5). — С. 83–89.
7. Дроздов А. В. Основы экологического туризма [Текст] : учеб. пособие / А. В. Дроздов. — М. : Гардарики, 2005. — 271 с.
8. Зінченко В. О. Біомаса як альтернативне джерело енергії [Текст] / В. О. Зінченко, О. В. Лукянчук, Г. О. Корбут // Екологічний вісник. — 2005. — № 3. — С. 23–27.
9. Ісаєнко В. М. Використання відновлювальних ресурсозберігаючих технологій в екотуристичній галузі [Текст] / В. М. Ісаєнко, Л. Д. Ніколаєв, К. О. Бабікова // Вісник Нац. авіаційного ун-ту. — 2008. — № 3 (36). — С. 131–134.
10. Ніколаєв К. Д. Екологізація енергоспоживання туристичних комплексів [Текст] / К. Д. Ніколаєв, Г. О. Білявський, К. О. Бабікова // Вісник НАУ. — 2009. — № 3. — С. 213–216.
11. Онопрієнко О. Енергетична незалежність можлива [Текст] / О. Онопрієнко, Б. Коробко // Урядовий кур'єр. — 2006. — № 116. — С. 7.
12. Постанова Кабінету Міністрів України від 29 червня 2011 р. № 689 «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для виконання Державної цільової економічної програми енергоефективності і розвитку сфери виробництва енергоносіїв з відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива на 2010–2015 роки» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/lawes/main.cgi.red=689-2011-5EF.
13. Regulation (EC) № 1980/2000 of the European Parliament and of the Council of 17 July 2000 on a revised Community eco-label award scheme. — Official Journal of the Communities. 21.9.2000. — L 237/1-237/12.
14. Stuart L. Hart Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World // Harvard Business Review, January-February 1997. — С. 7.

Караван Ю. В.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В ТУРИЗМЕ

Рассмотрена возможность использования возобновляемых источников энергии в туризме. Анализируются конкретные примеры такого использования.

Ключевые слова: **экология, туризм, ресурсосбережение, энергоносители, солнце, ветер, биомасса, теплообеспечение.**

Karavan Yu. V.

RENEWABLE ENERGY IN TOURISM

In the article the possibility of using renewable energy sources in tourism. Specific examples of such use are analyzed.

Keywords: **ecology, tourism, resource conservation, energy source, solar, wind, biomass, heat supply.**

УДК 728.5. 640. 412

Бочан І. О., Цимбалюк П. М., Цимбалюк М. Ф.

ТИПОВИЙ ПРОЕКТ СІЛЬСЬКОГО ГОСТИННОГО БУДИНКУ ДЛЯ ТУРИСТІВ

Подається проект сільського гостинного будинку, який може слугувати типовим. Особливістю його є те, що він біфункціональний, тобто можуть проживати власник будинку із сім'єю та сільські туристи. Він складається із цоколя, який має висоту 220 см та двох поверхів висотою 270 см. Цоколь має веранду та три допоміжних приміщення, туалет із ванною та котельну. Перший та другий поверхи мають також веранду та три кімнати і мають туалети з ванною і кухні.

Ключові слова: типовий проект, гостинний будинок, цокольне приміщення, перший і другий поверх, мансарда, будівельні елементи будинку, розміри будинку.

В останні роки сільський туризм набуває інтенсивного розвитку, зокрема в рекреаційному середовищі та на історико-культурних територіях. Вони представлені такими типами: історичні місцевості, історичне сільське поселення і території; монастирські та садибні комплекси, поля історичних битв, історичні виробничі території, шляхи та дороги, а також археологічні території. Саме вони характеризують привабливість сільських гостинних садиб для міських жителів та іноземців, які давно виїхали із земель своїх предків або діти мігрантів, які хочуть побачити місця своїх предків.

Основним суб'єктом сільського туризму є власник будинку, а об'єктами для туристів є його будинок. В туристичній літературі є окремі джерела літератури, в яких описані вимоги до облаштування двору, кімнати, парадного входу тощо [1]. Вважається, що оптимальною кількістю в гостинному будинку є 4–5 гостевих кімнат або номерів. Це є наслідком тих міркувань, що велика кількість гостей в ньому веде до втрати родинного відпочинку, затишку та сільської ідилії життя.

В більшості доступної нам літератури автори подають схеми розміщення номерів [1, 4], а типові проекти сільських гостинних будинків майже відсутні, як відсутнє планування кімнат на поверхах.

У зв'язку з цим ми поставили собі за мету подати типовий план житлового будинку, який на нашу думку, повинен мати біфункціональне значення: використовуватись і власником будинку, і туристами. Така розробка відповідатиме рамкам Фонду підтримки індивідуального житлового будинку на селі (програма «Власний дім») із реконструкції будівництва житла подвійного використання: господар/турист.

Типовий проект розроблявся згідно БНіПу, а вартість його вираховувалась згідно державно-будівельних норм і правил-2000 за кошторисною програмою АВК-5 [2,5] у двох варіантах: будівництво за угодою із будівельною фірмою під ключ та індивідуальне будівництво.

За стандартом ДСТУ 4527:2006 «Послуги туристичні — Засоби розміщення» [3] виділяються терміни «гостева квартира», «сільський будинок», «фермерський будинок». За визначенням гостева квартира — це індивідуальний засіб розміщення в окремому омебльованому приміщенні житлового будинку з однією або кількома кімнатами, кухнею та санітарно-технічними вузлами. Сільський будинок — це будівля на території особистого селянського господарства, де можуть надаватись послуги харчування з продуктів особистого селянського господарства.

На нашу думку сільський гостинний будинок — це індивідуальний засіб розміщення на селі для забезпечення туристам послуг гостинності, де є омебльовані кімнати із всіма зручностями та комфортом і має біфункціональне призначення: господар/турист, тобто в такому будинку є місця проживання для власника та туристів.

Запропонований проект має прямокутні форми та двохскатний дах. Довжина будинку по зовнішній стороні на цоколі та першому поверсі з півночі становить 10,52 м, а з південної сторони — 11,90 м. Таке збільшення довжини зумовлене наявністю веранди. Ширина будинку становить 12,70 м. На другому поверсі розміри будинку мають форму прямокутника з довжиною 11,90 м та ширину 12,70 м.

В цілому будинок має прямокутну форму без архітектурних надлишків, що здешевлює його будівництво.

Важливою будівельною конструкцією будинку є фундамент, який є основою будинку. Для його будівництва викопують траншею шириною 50 см, а глибиною 80–90 см залежно від глибини промерзання ґрунту в населеному пункті. Внизу, при основі, потрібно розширити траншею на 5–7 см в обидві сторони, щоб фундамент мав знизу форму бетонної подушки. При заливанні траншеї бетоном кладеться арматура для його зміцнення. При індивідуальному будівництві часто використовують бувший у використанні трос з автомобільних кранів, попередньо опаливши його від масла. Можна ставити його в один або два ряди. Під верхом траншеї на бетоні ставиться арматурний замок або по довжині несучих стін кладеться в два ряди арматура з таким розрахунком, щоб на кутах вона пересікалась навхрест. Потім все це заливається бетоном.

Горизонтальну поверхню фундаменту покривають гідроізоляційним рулонним матеріалом, що забезпечує ізоляцію стін від фундаменту.

Через 15–20 днів проводиться вертикальна ізоляція фундаменту по зовнішньому периметрі стін смолою, рубероїдом або спеціальним покріттям для ізоляції бетону. Після ізоляції траншея засипається піском з пошаровим ущільненням через кожних 20 см висоти і робиться бетонна відмостка від стін фундаменту шириною 80 см для запобігання просочування дощових та талих вод під фундамент.

Укладка стін проводиться червоною цеглою товщиною півтора цегли з повітряною канавкою, а зовні використовується облицювальна червона цегла, шви якої ретельно заробляються. При можливості стіни можна утеплити. Сучасні технології передбачають утеплення з мінераловатних або пінополістерольних плит з декоративним оздобленням типу «короїд». Це дає змогу зменшити тепlopровідність та тепловіддачу стін.

Матеріал на утеплення коштує від 50 грн./м², а робота від 40 грн./м² залежно від конструкції стіни.

Покрівля даху двохскатна або чотирьохскатна з мансардним приміщенням. Це дасть змогу збільшити загальну площину, при потребі з наступним розширенням її до житлової в кількості двох і більше кімнат.

Перекриття монолітне із залізобетону товщиною 10–15 см, яка зверху утеплюється пінополістерольними плитами товщиною 50 мм з наступним укладанням вирівнюючої цементної стяжки марки 150 товщиною 6–7 мм. окремі господарі на селі перекриття утеплюють або керамзитом, або глиною в суміші з тирсою. Це значно зменшує вартість цих робіт.

Покріття будівлі виконується з металочерепиці, яке утеплюється відповідними матеріалами і в такій послідовності: плівка гідроізоляційна, мінераловатна плита, плівка пароізоляційна, підвісна стеля із гіпсокартону.

Вікна з дерев'яного бруса з енергозберігаючим пакетом. Кількість їх — з розрахунку одне вікно на кімнату, але величина його повинна забезпечити відповідний коефіцієнт природного освітлення кімнати.

Висота цокольного приміщення повинна становити не більше 220 см. Кімнати при такій висоті приміщень цоколя є допоміжними і слугують для обслуговування будинку та належать до загальної площини. Вони не входять в житлову площину, але при потребі можна їх використати для проживання, особливо у туристичний період.

Висота першого і другого поверхів становить 270 см.
Планування цоколя і поверхів показані на рис. 1, 2, 3.

Масштаб 1:100

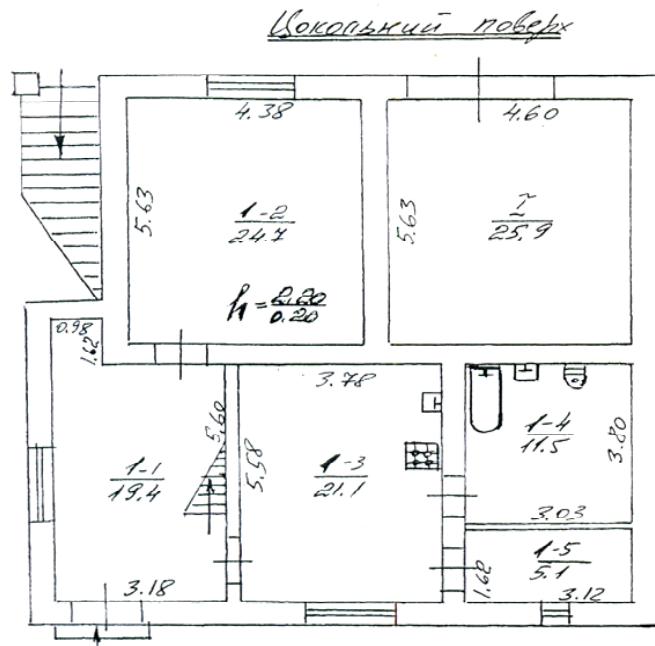


Рис. 1. План цокольного поверху

Масштаб 1:100

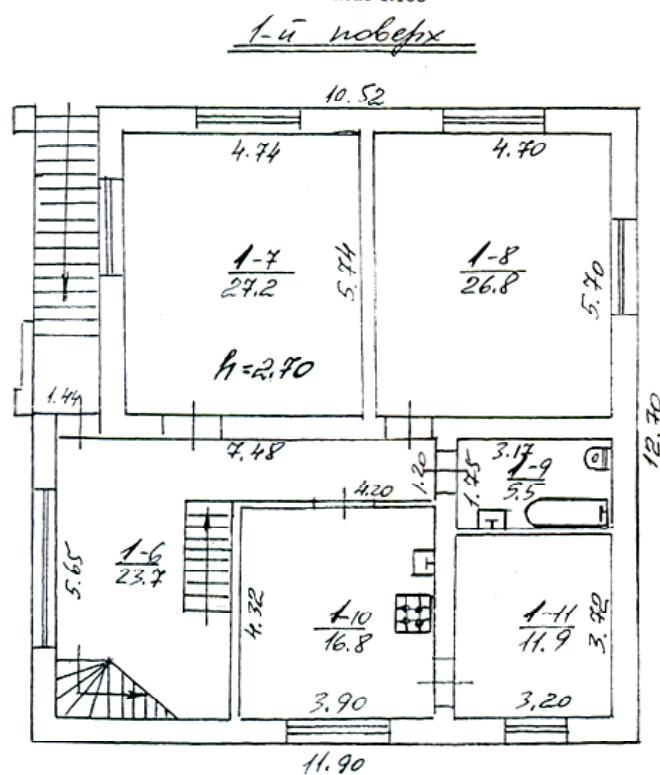


Рис. 2. План первого поверху

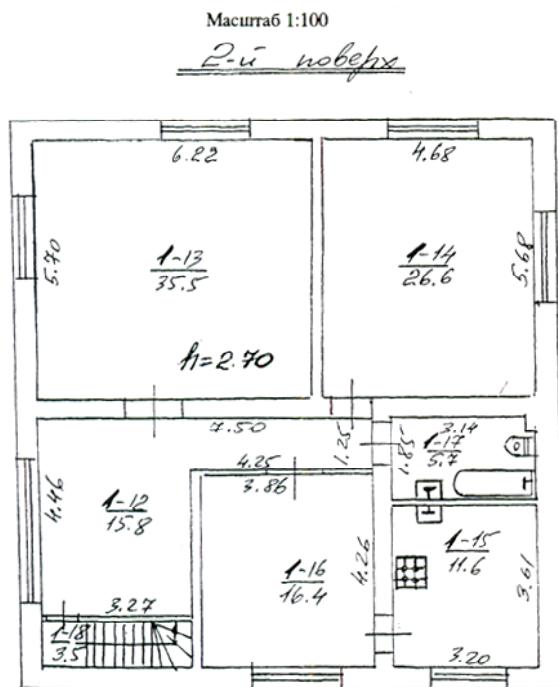


Рис. 3. План другого поверху

З малюка видно, що в цоколі є веранди [1] площею 19,4 м², в якій розміщена сходова клітка. З неї є двері до кухні [3] площею 21,1 м², туалету і ванної кімнати [4] площею 11,5 м², в котельню площею [5] площею 5,1 м² та друге приміщення[2] площею 24,7 м². Тут же є приміщення з окремим зовнішнім входом [1] площею 25,9 м², подвійного використання (гараж — підсобне приміщення).

З представленого малюнку видно, що на першому поверсі є веранди [6] площею 23,7 м², де розміщена сходова клітка на другий поверх. З веранди є вихід у вітальну кімнату [7] площею 27,2 м², другу кімнату [8] площею 26,8 м², туалет з ванною [9] площею 5,5 м² та третю кімнату [10] площею 16,8 м², з якої є вихід до кухні [11] площею 11,9 м².

На цьому малюнку є також веранди [12] площею 15,8 м², з якої є вихід на горище. З цієї веранди є вихід до вітальної кімнати [13] площею 35,5 м², кімнати [14] площею 26,6 м², туалету з ванною [17] площею 5,7 м² та кімнати [16] площею 16,4 м², з якої є вихід до кухні площею 11,6 м².

Вартість будівництва будинку та внутрішнє облаштування його під ключ спеціальною будівельною організацією становить 4000–4500 грн/м². При будівництві самої коробки будівельною організацією (цього вимагає чинне законодавство і приймання в експлуатацію) і внутрішнє облаштування його власними силами вартість одного квадратного метра зменшується на 40–50 %.

Таким чином, запропонований проект може бути типовим та використовуватись для будівництва, яке здійснюється будівельними організаціями або повністю під ключ, або лише коробку будівлі, а далі завершується будівництво власними силами. За рахунок останнього вартість квадратного метра будівлі зменшується на 40–50 %.

Література

- Горішевський П. В., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм [Текст] навч. посіб. / П. В. Горішевський та ін. — Ів-Франківськ : Місто-Н, 2003. — 158 с. — ISBN 166-340-130-5.
- Консультации по сметным вопросам и ценообразованию в строительстве [Текст] / Вып. 4 // Госстрой СССР. — М. : Стройиздат, 1989. — 223 с.

3. Національний стандарт України [Текст] / Послуги туристичні «Засоби розміщення» Терміни та визначення. ДСТУ 4527:2006. — Київ : Держспоживстандарт України, 2006. — 23с. — ISBN 329-606-217-08-7.
4. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. Сільський туризм [Текст] : навч. посіб. — Київ : Знання, 2006. — 271 с. — ISBN 966-346-145-4.
5. Сокрута Д. Г. Будувати добротно і ефективно [Текст] / Д. Г. Сокрута. — К. : Урожай, 1989. — 32 с.

Бочан І. О., Цымбалюк П. Н., Цымбалюк Н. Ф.

ТИПОВЫЙ ПРОЭКТ СЕЛЬСКОГО ГОСТИННИЧНОГО ДОМА ДЛЯ ТУРИСТОВ

Подается проект сельского гостинничного дома, который может быть типовым проектом для сельской местности. Особенностью его есть то, что он имеет двойное назначение, где могут проживать собственник дома и сельский турист. Он состоит из подвального помещения высотой 220 см и двух этажей имеющих по три комнаты и веранду высотой 270 см.

Ключевые слова: типовый проект, гостинный дом, подвальное помещение, первый и второй этажи, веранда, строительные элементы дома, размеры дома.

Bochan I. O., Tsymbalyuk P. M., Tsymbalyuk M. F.

TYPICAL PROJECT AGRICULTURAL HOSPITABLE HOME

The project of the rural guest house which may serve as typical is given. Its peculiarity is that it is bifunctional, where homeowner with family and rural tourists can reside. It consists of ground floor which has a height of 220 cm and two floors with the height of 270 cm. The ground floor has a veranda and three ancillary facilities, toilet and boiler. The first and second floors also have a veranda and three rooms and have toilets and kitchen.

Keywords: typical project, guest house, ground floor, first and second floor; attic, construction elements of the building, the size of the house.

УДК 338.48-339.138:379.823

Гнаткович О. Д., Марчишин А. М.

ІННОВАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ГОСТИННОСТІ — ЕКОЛОГІЧНІ ГОТЕЛІ

Розкрито поняття екологічних готелів, послуг, які в них надаються, характеристика продукції, якою користуються. Охарактеризовані екологічні інновації в українських готелях.

Ключові слова: готель, інновація, екологічність, продуктивні технології, ефективність.

Готельна індустрія є складовою сфери послуг, яка в наш час розвивається швидкими темпами. Щороку у світі будується сотні нових готелів, укрупнюються потужні готельні мережі, річна кількість туристів становить понад один мільярд чоловік, і має тенденцію до зростання.

Стрімкий розвиток міжнародного, внутрішнього, ділового туризму в усьому світі висуває підвищенні вимоги до якості готельного сервісу, що прямо залежить від ефективності інноваційних процесів [2, с. 173].

Результатом впровадження інноваційної діяльності на підприємстві є створення нових більш продуктивних технологій виробництва товарів та послуг, які в свою чергу ефективніше задоволяють існуючі або нові суспільні потреби шляхом випуску інноваційної продукції. Використання інновацій створює нові конкурентні переваги, що дозволяє зайняти лідеруючі позиції на ринку підприємствам, що займаються впровадженням інновацій.

За наявності великої кількості пропозицій на ринку готельних послуг панує жорстка конкуренція. Тому, сьогодні готелі починають використовувати новий метод залучення споживачів — впровадження концепції «екологічного готелю», яка є особливо актуальну в період світових екологічних та економічних криз [5, с. 217].

Проблемами екологічних готелів займаються такі українські вчені, як Круль Г. Я., Тимошенко З. І., Мунін Г. Б., Дишлевий В. П. У травні 2012 року в Криму на базі готельного комплексу «Артеміда» відбулася міжнародна конференція «Екологічна безпека — основа збалансованого розвитку готельного та санаторно-курортного бізнесу», в якій взяли участь вітчизняні і зарубіжні вчені та практики готельери.

Проте, дана проблема поки що не має достатньої кількості підходів до її вирішення, зокрема в Україні.

Екологічні готелі мають на меті зберігати здоров'я гостей, раціонально використовувати природні ресурси та позиціонують себе як такі, що несуть відповідальність за вплив підприємства на навколошнє природне середовище.

Україна має сприятливі умови і багаті рекреаційні ресурси для лікування, оздоровлення, відпочинку населення та розвитку туризму. Унікальні ландшафти, чудові краєвиди, національні парки, наявність мінеральних і термальних вод, лікувальних грязей створюють усі передумови для створення еко-готелів [4, с. 178]. Дослідження питання їх функціонування є важливим з точки зору набуття досвіду та удосконалення управлінських методів екологічного менеджменту.

На даний момент в Україні створення еко-готелів не є настільки популярним, як закордоном. Кожен готель самостійно обирає методи господарювання, тим самим здійснюючи певний вплив на навколошнє середовище.

Наприклад, один з готелів Копенгагена (Crowne Plaza) практично всю енергію отримує за допомогою сонячних батарей. Крім цього, частину електроенергії забезпечують і гості готелю, які мають бажання безкоштовно повечеряти. Для цього їм треба трохи покрутити педалі велосипедів, які з'єднані з електрогенераторами, виробивши для готелю 10 ват/годин електроенергії. Організатори ідеї переконані, що це нововве-

дення дозволить гостям не тільки підтримувати себе у формі, але також і заощадити електрику та гроші. Решта постояльців, які не бажають крутити педалі на благо довкілля, вечеряють за 240 датських крон [5, с. 393].



Рис. 1. Логотип сертифіката міжнародного стандарту ISO 14024

нутого човна — Ковчега, конструктивно орієнтована на енергозбереження. Все дерево зовні і всередині покрито натуральним бджолиним воском, який зберігає природний вигляд деревини і є більш екологічним у порівнянні з алкідними лаками. Готель є повністю енергонезалежним від мереж електропередач. Вся енергія отримується з поновлюваних джерел: вітрогенераторів, сонячних панелей, сонячних колекторів, дров'яного котла, дизеля-генератора.

Всі джерела освітлення в готелі оснащені енергозберігаючими лампами — люмінесцентними і світлодіодними. В готелі використовується виключно джерельна вода. Джерелом водопостачання є природне підземне джерело басейну р. Сірет. З метою економії водного ресурсу в готелі встановлені крані з водозберігаючими насадками, змішувачі в душових кабінах з дрібним дифузором та інше.

У готелі налагоджена система теплоізоляції. Роль стінового утеплювача виконує шар базальтової вати, яка не має просочень і витримує як високі, так і низькі температурні режими. Опалення в готелі — повітряне та водяне.

До економного використання природних ресурсів в готелі закликають і постояльців: в кожному номері є пам'ятка про необхідність збереження води та електроенергії, сортування відходів.

Особливу увагу в готелі приділяється забезпеченню здоров'я відпочиваючих. Продукти закуповуються тільки місцевого виробництва та забезпечується триразове харчування стравами тільки домашнього приготування.

Ще одним готельним комплексом, якому 26 вересня урочисто вручили міжнародний екологічний сертифікат є «Артеміда» (АР Крим, Ялта, с. Понізовка). Він пройшов сертифікацію у відповідності до вимог міжнародного екологічного стандарту ISO 14024 [7]. Експертна комісія з екологічного маркування підтвердила відповідність системи управління та якості послуг що надаються в «Артеміді» екологічним критеріям, які встановлюються згідно міжнародних стандартів і є значно вимогливішими, ніж екологічні вимоги що встановлені законодавством України.

Звичайно зрозуміло, що небагато готелів готові до таких радикальних та матеріально затратних кроків, як впровадження власних систем утилізації відходів та енерго-

постачання, тому доцільно запропонувати декілька менш затратних, але неодмінно важливих напрямків розвитку програми «екологія в готелі».

Забезпечення клієнтів готелю екологічною продукцією буде першим кроком в реалізації цієї програми. Серед асортименту такої продукції — гелі для душу, мило, шампуні, кондиціонери, лосьйони, упаковки яких швидко розкладаються в землі; хімічно безпечні миючі та чистячі засоби. Пропонуємо скористатися продукцією одних з найвідоміших фірм в Україні FROSH і Дакос, а також виробника екологічно чистої продукції «Pineapple Hospitality», Inc [9].

Закупівля постільної білизни, яка має екологічне маркування Oeko-Tex Standard 100 або Oeko-Tex Standard 200, текстиль з таким ярликом являє собою матеріал з природних волокон рослинного (бавовна, льон) або тваринного (шерсть, натуральний шовк) походження без домішок шкідливих речовин, що також позитивно вплине на розширення цільової аудиторії готелю.

Важливим є також використання товарів, що втілюють ресурсозберігаючі технології, а саме цифрові термостати, що регулюють температуру повітря в приміщеннях, економічні душові кабіни, конфорки для буфету, що дозволяють контролювати кількість використаної енергії, енергоефективне освітлення та датчики, які вимикатимуть світло у всьому номері під час відсутності гостя.

Таким чином, застосування екологічного менеджменту призведе до скорочення споживання ресурсів та зменшення навантаження на навколишнє середовище через впровадження системних інтегрованих методів роботи. Використання цих пропозицій сприятиме створенню позитивного іміджу готелів не тільки у рідному місті, але і закордоном, де дедалі більша увага приділяється екологічним аспектам у всіх видах підприємницької діяльності.

Отже, екологічні готелі — це готелі майбутнього. Вони здатні покращувати стан природного середовища, виховувати в суспільстві відповідальне ставлення до оточуючого середовища та екологічну свідомість. Інноваційні методи впровадження екологічної політики в готельну індустрію реалізують, перш за все, соціальні цілі, підвищують конкурентоспроможність готельного підприємства та є інструментом підвищення рентабельності.

Література

1. Артеменко В. Б. Оцінка можливостей участі України у міжнародному туризмі [Текст] / Артеменко В. Б., Списак В. Т. — Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. Вип. 26. — 2007. — С. 8–13.
2. Дерманська Л. В. Теоретичні засади формування концепції інноваційного розвитку підприємств [Текст] / Л. В. Дерманська // Інноваційна економіка. — 2011. — № 6. — С. 171–175.
3. Коваль Н. В. Інноваційний потенціал підприємства: сутність та структура [Текст] / Н. В. Коваль // Інноваційна економіка. — 2011. — № 7. — С. 165–170.
4. Колесніченко В. Ф. Інтегральна оцінка інноваційного рівня розвитку регіонів України [Текст] / В. Ф. Колесніченко // Інноваційна економіка. — 2011. — № 5. — С. 16–22.
5. Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика [Текст] : навч. посіб. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 472 с.
6. Михайлишин Н. П. Контролінг інноваційної діяльності як засіб реалізації інноваційного потенціалу підприємства [Текст] / Н. П. Михайлишин // Інноваційна економіка. — 2010. — № 1. — С. 101–105.
7. ISO 14001:2004 «Системи екологічного менеджменту» [Текст]. — Україна, 2004.
8. ISO DIS15985; ASTM D5511-02 «Стандарти для визначення здатності пластикових пакувальних матеріалів до біологічного розкладання». — Україна, 2002.

9. Крючко Л. С. Інноваційний тип розвитку в умовах економічної глобалізації [Текст] / Л. С. Крючко // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&id=199>

Гнаткович О. Д., Марчишин А. М.

ІННОВАЦІОННАЯ КОНЦЕПЦІЯ ГОСТЕПРИЙМСТВА — ЕКОЛОГІЧЕСКИЕ ОТЕЛИ

Расскрыто понятие экологических отелей, услуг, которые в них предоставляются, характеристика продукции, которой пользуются. Охарактеризованы экологические инновации в украинских гостиницах.

Ключевые слова: гостиница, инновация, экологичность, производительные технологии, эффективность.

Hnatkovych O. D., Marchishin A. M.

INNOVATIVE CONCEPT HOSPITALITY—ECOLOGICAL HOTEL

The concept of ecological hotel, services are provided in the characteristics of products, enjoyed. Author examined environmental innovation in Ukrainian hotels.

Keywords: hotel, innovation, environmental friendliness, productive technology, efficiency.

Розділ 9.
АУДИТОРІЯ

УДК 519.2

Караван Ю. В., Саницька А. О., Ташак М. С.

**ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПІДХІД ТА ПРОБЛЕМАТИКА ВИВЧЕННЯ
МАТЕМАТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН СТУДЕНТАМИ ЕКОНОМІЧНИХ
СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

Розглянуто методичні питання інформаційного підходу в процесі викладання вищої математики у вищому навчальному закладі економічного профілю. Автори підкреслюють актуальність нового етапу використання завдань як засобу математичної освіти у сучасній вищій школі, розкривають зміст кожного етапу рішення завдань в контексті інформаційного підходу, розглядають процес формування інформаційної культури.

Ключові слова: математичні моделі, етапи вирішення задачі, інформаційна культура, комп’ютеризація навчального процесу, індивідуалізація навчання, дистанційне навчання.

Розвиток науки і техніки ставить вимогу здійснювати підготовку якісно нової генерації фахівців, які поєднують у собі професіоналізм і компетентність, широту мислення та неординарність підходів до наукових і виробничих проблем. А це є можливим лише за умови організації і забезпечення навчальної та наукової роботи у вищих навчальних закладах на рівні, який відповідає запитам сучасного інформаційного суспільства.

Математика нині активно увійшла до складу інших наук. Вона відіграє важливу роль у природничо-наукових, технічних та гуманітарних дослідженнях і для багатьох галузей знань стала не тільки засобом кількісного розрахунку, але й методом точного дослідження і засобом гранично чіткого формулювання понять та проблем. Економіка, яка використовує різноманітні кількісні величини, увібрала в себе велику кількість математичних дисциплін. Математичні моделі є тепер інструментом дослідження і прогнозування економічних явищ.

Методи економіко-математичного моделювання, можливості застосування яких суттєво збільшилися завдяки сучасному програмному забезпечення, є одним із найбільш динамічно прогресуючих розділів прикладної економічної науки.

Сучасний економіст повинен добре розбиратися в економіко-математичних методах, вміти їх практично застосовувати для моделювання реальних економічних ситуацій. Це дозволяє краще засвоїти теоретичні питання сучасної економіки, сприяє підвищенню рівня кваліфікації і загальної професійної культури спеціаліста [1, с. 14].

Прямі експерименти з економікою, як відомо з історії, дуже дорого коштують (колективізація, індустріалізація, гіперінфляція, тощо). Разом з тим неможливо безпосередньо передбачити середньо- та довготермінові наслідки окремих рішень. Це можна зробити лише на підставі концептуальних моделей розвитку економіки, що спираються на минулий досвід, і які, в свою чергу, становлять основу математичних моделей.

Стосовно математичних моделей, то формування їх є досить тривалим процесом, який потребує знань і праці, але ще важче створити модель, досить адекватну реальній

ситуації. Отже, для опрацювання правильних економічних рішень необхідно аналізувати весь минулий досвід, результати, які отримані на підставі застосування концептуальних і математичних моделей, що є найбільш адекватними для даної економічної ситуації.

Тому, при підготовці спеціалістів економічного напрямку повинні систематично робитися викладки методів економіко-математичного моделювання, які широко використовуються в різних областях економіки, при прийнятті управлінських рішень у фінансовій сфері в силу розробленості математичного апарату і можливості його практичної реалізації [3, с. 95].

Одним із основних розділів економіко-математичного моделювання, що входять до навчальних програм вищих навчальних закладів економічного профілю, є використання марковських процесів, які представляють собою спеціальний вигляд імовірнісних моделей різних процесів, що відбуваються в фінансово-економічних системах. Важливість вивчення цього розділу пояснюється тим, що марковські процеси лежать в основі теорії масового обслуговування, яка в свою чергу є необхідною складовою математичної освіти спеціалістів економічного напрямку.

Більше уваги також слід приділяти методам та моделям кореляційно-регресійного аналізу. Регресійний і кореляційний аналіз знаходить широке застосування при дослідженні залежностей і взаємозв'язків між явищами в економіці, при прогнозуванні та розв'язку задач в бізнес-плануванні. В даний час більшість об'єктивно існуючих залежностей між фінансово-економічними явищами дослідженні та вивчені теоретично. Значно важливіше кількісно вимірюти тісноту причинно-наслідкових зв'язків в економіці та фінансах, зрозуміти природу досліджуваних процесів [4, с. 224]. Це дозволяє впливати на виявлені фактори, втручатися у відповідний економічний процес з метою отримання потрібних результатів. У зв'язку з цим до апарату кореляційно-регресійного аналізу в ході своїх досліджень звертаються як економісти-практики, так і науковці.

У системі навчальних предметів математичного циклу вищій математиці відводиться роль основи для формування нових абстрактних понять, які ідеалізують навколоєнну дійсність, для введення нового математичного апарату. Вища математика є фундаментальною нормативною навчальною дисципліною, найвагомішою базовою складовою математичної підготовки фахівців з вищою освітою за напрямами економічного професійного спрямування. Ця дисципліна також є допоміжним інструментом у багатьох курсах природничих наук — астрономії, фізики, математичного програмування, теорії ймовірностей, економетрії тощо.

Вища математика активно використовується при викладанні ряду спеціальних вибіркових курсів, при виконанні студентами розрахункових курсових та дипломних робіт. Вона сприяє розвитку розумових здібностей, прививає вміння точно і логічно мислити, аргументувати свої твердження, розвиває абстрактне мислення, творчу та просторову уяву, сприяє підвищенню наукової і, зокрема, математичної культури. Отже, вища математика потрібна як в процесі навчання студентів, так і подальшій їхній професійній діяльності.

Високий рівень математичної підготовки фахівців економічних спеціальностей передбачає:

- відповідний рівень математичної культури, необхідний для успішного засвоєння фахових дисциплін і самостійного вивчення в майбутньому наукової літератури та вміння її застосування;
 - вміння будувати математичні моделі технічних та економічних процесів і аналізувати їх засобами математики;
 - вміння вибирати і застосовувати належні методи їх розв'язування.
-

Останніми роками спостерігається тенденція зменшення зацікавленості студентів у вивченні вищої математики. Причинами цього є:

- слабкий рівень шкільної підготовки;
- зменшення кількості аудиторних годин на вивчення вищої математики;
- недостатнє використання математичних методів випускаючими кафедрами в курсових та дипломних роботах, а тому нерозуміння студентами ролі, місця і значення вищої математики в системі інших наук.

Дієвим стимулом навчання є усвідомлення студентом того, що він вивчає предмет, безпосередньо потрібний для його майбутньої професійної діяльності.

Сучасні тенденції освіти характеризуються посиленням уваги до інформативного підходу в отриманні та засвоєнні знань. Інформаційна культура набуває особливого значення, оскільки її розвиток поєднує в собі як засвоєння, повторення, систематизацію та узагальнення вивченого, так і відкриття нових знань в процесі навчання математики. Інформаційна культура сприяє вдосконаленню знань студентів з точки зору їх глибини, міцності і системності, а також усвідомленості, узагальненості і мобільності.

Найважливішим видом навчальної діяльності, в процесі якої студентами засвоюється математична теорія, розвиваються їх творчі здібності і самостійність мислення, є вирішення завдань. Зі зміною ролі і місця завдань у навчанні оновлюються і самі завдання. Якщо раніше вимога завдання виражалася словами «знайти», «побудувати», «обчислити», «довести», то тепер — «пояснити», «вибрали найбільш оптимальний спосіб розв’язання», «дослідити», «спрогнозувати» і т. д. Відзначимо і спроби визначити критеріальну основу для вибору естетично привабливого завдання. Її складають універсальність використання в різних розділах математики, продуктивність, максимальна емність охоплення об’єктів даного типу. Рішення таких задач ґрунтуються на інтеграції різних методів.

Вищеноведене характеризує новий етап використання завдань як засіб математичної освіти.

Одне з провідних місць у дослідженнях з методики викладання математики традиційно займають питання навчання рішенню математичних задач, які вперше в досить загальному вигляді були розроблені і представлени Д. Пойа у відомій книзі [6, с. 53]. Автор виділяє в процесі вирішення математичної задачі чотири етапи: 1) розуміння постановки задачі, 2) складання плану рішення; 3) здійснення плану рішення; 4) погляд назад (вивчення знайденого рішення).

Перший етап складають дії: виділення умови і вимог задачі, об’єктів відносин між ними, виконання малюнка, відмітка на ньому даних і шуканих елементів, короткий запис умови і формулювання завдання.

Другий етап включає аналіз умови і вимог задачі. Під аналізом умови задачі розуміємо виявлення такої інформації, яка безпосередньо не задана умовою, але властива їй. Найважливішим компонентом вміння аналізувати вимоги завдання є вміння перетворювати вимогу завдання в рівносильне їйому.

Наступний етап — реалізація плану розв’язку. Він передбачає володіння логічними діями і, в першу чергу, правилами виведення.

Четвертий етап — погляд назад. Реалізація даного етапу повинна включати, крім дослідження отриманого розв’язку, складання задач-аналогів даній, задач-узагальнення, задач-конкретизації, задач, що розв’язуються тим самим способом, що є основна задача, пошук різних способів розв’язку даної задачі, їх оцінку, вибір найбільш простого. Можна зробити висновок, що сутність розглянутого етапу полягає не стільки «у погляді назад» [6, с. 177], скільки «у погляді вперед» [7, с. 83].

Результативність реалізації всіх чотирьох етапів розв’язання задачі залежить від змісту використовуваної студентом інформації та вміння її обробляти.

З точки зору кібернетичної теорії аналіз рішення, пошук і прийняття рішень відбуваються по різному в залежності від якості та кількості наявної в розпорядженні інформації. Отже, студент, який шукає рішення, спирається на способи отримання, а той, що приймає рішення, — на переробку інформації.

У практиці навчання часто зустрічається поняття «додаткова інформація». Можна вважати будь-яку асоційовану з умовою інформацію, але яка безпосередньо з неї не випливає, додатковою. До виду евристичної інформації належить інформація про евристичні методи, стратегії, механізми розв'язку, ключові ідеї, що лежать в основі деяких способів вирішення задачі [5, с. 206]. При вирішенні завдань евристична інформація застосовується на основі встановлення «родинних» відносин між об'єктами, при використанні часткових і спеціальних евристик, через прогнозування результатів і змін, через розпізнавання ситуацій застосовності евристичного прийому чи методу.

Аналіз умов і вимог задачі дозволяють використовувати вхідну інформацію більш інтенсивно, ніж передбачається вузькими рамками навчальних цілей задачі.

Уміння вести результативний пошук залежить від уміння отримувати й оперувати інформацією. Пошуком способу розв'язання задачі будемо «вважати здійснювану для цього переробку явних даних як вивідним шляхом, так і за допомогою невивідних процесів» [2, с. 49].

Етап реалізації плану рішення задачі сприяє запам'ятовуванню, зберіганню отриманої інформації в пам'яті людини. Індивід спрямовує свої зусилля не на повторення, а на операцію кодування, що підвищує міцність інформації, яка зберігається.

Заключний етап розв'язку задачі сприяє систематизації та класифікації отриманої в процесі розв'язування інформації. Процес відтворення є підсумком розумової переробки сприйнятого. Саме ця розумова діяльність в її найрізноманітніших і складних проявах становить психологічне ядро відтворення. Вона є його основною ланкою, основним психологічним механізмом, в результаті дії якого здійснюється «перебудова» матеріалу.

Таким чином, в процесі виконання завдання формуються уміння оперувати інформацією. Студент отримує, відбирає, переробляє, кодує, інтерпретує, зберігає, передає інформацію.

Розглядаючи структуру розв'язку задач як інформаційний процес, зміст якого визначається діями отримання, оперування, зберігання та відбору інформації, ми спираємося на традиції в методиці навчання розв'язку задач, збагачуючи цей процес новим змістом, який обумовлено його структурою і забезпечує в розв'язку будь-якої задачі участь репродуктивних, логічних, евристичних, семантичних, інтуїтивних, творчих процесів.

Формування інформаційної культури реалізується в процесі виконання завдання за умови, що кожен етап розв'язку розглядається в інформаційному аспекті.

На заключному етапі розв'язку задачі з метою розвитку інформаційної культури є пропонування декількох способів розв'язання однієї задачі, апробування різних методів, прийомів, можливість пошуків нових способів розв'язку, їх порівняння та вибір найкращого.

Інформаційна культура багато в чому визначається інформативністю представлених в задачі ситуацій, тобто володінням достатнім і необхідним запасом відомостей для з'ясування завдання «в цілому», з'ясування, як окремих елементів, конструкцій, понять, так і взаємозв'язків між ними.

Автори задач прагнуть приховати існуючі відносини між елементами, тоді як студент, намагаючись розв'язати задачу, повинен з'ясувати ці приховані залежності. Тому, отримуючи і перетворюючи інформацію, дану в задачі, студент організовує аналіз умови задачі і пошук її розв'язку.

Для розв'язку стандартних і типових задач необхідно:

— розпізнавати об'єкти, переходити від характеристичних властивостей до понять;

- розпізнавати ситуації, що задовольняють умові задачі, — нарощувати обсяг інформації через встановлення зв'язків;
- робити висновки з безпосередньо заданої інформації, тобто розгорнати інформацію, задану в умові або висновку;
- переосмислювати об'єкти в плані інших понять (перепозначати, перейменовувати) — нарощувати обсяг інформації через встановлення зв'язків;
- переходити від поняття до його властивостей (розгорнати інформацію);
- замінювати термін його визначенням (розгорнати інформацію);
- інтерпретувати символічні записи;
- переводити зміст завдання на мову певної теорії;
- виконувати малюнок, адекватний змісту завдання.

Зміст розв'язку творчих завдань відрізняється наявністю «невивідних» процесів, які реалізуються діями з більшим ступенем невизначеності:

1. Прогнозування результатів (висування гіпотези, виділення умов, від яких залежить обґрунтування гіпотези, прогнозування змін, пов'язаних з обґрунтуванням або спростуванням гіпотези).

2. Прогнозування змін (виділення допустимих операцій, встановлення можливих результатів, зіставлення отриманих результатів з вимогами і відомими фактами, вибір домінантної операції).

3. Використання евристичної інформації:

- моделювання (переклад задачі на мову певної теорії, створення зображень, графіків, схем, малюнків);
- включення у відому структуру (добудування до певної конфігурації, включення у відому «мережу» відносин, аналогія, перенесення за подібністю з відомим);
- перетворення тексту задачі (продукування тотожних формулувань, доказ від супротивного, заміна вимоги еквівалентним, переформулювання умови, переформулювання вимоги);
- введення допоміжного об'єкта (введення наочних допоміжних елементів фігур, введення допоміжних величин, вибір нових зразків);
- зміна рівня спільноті завдання (визначення умов, узагальнення, спеціалізація, евристика спрощення).

Таким чином, ми приходимо до наступного розуміння інформаційної культури в процесі розв'язування математичних задач.

Процес формування інформаційної культури визначається чотирма складними сукупними діями: видобувати інформацію з умови і вимоги задачі, залучати евристичну інформацію і оперувати отриманою інформацією, систематизувати та класифіковати знання, уміння здійснювати послідовність логічних кроків; передавати інформацію для подальшого використання у вирішенні завдань.

Вивчення різних компонентів описаної вище структури показує, що інформаційна культура проявляється на етапі активного засвоєння знань і сприяє поглибленню досліджуваних залежностей, об'єднанню розділів однієї теми, охоплює кілька тем.

Формування дій, адекватних процесу, який розглядався, потребує розробки спеціальної методики навчання студентів роботі зі задачею з метою формування інформаційної культури.

Підвищення рівня математичної підготовки в умовах обмеженості аудиторних годин можливе лише за рахунок інтенсифікації процесу викладання. Цього можна досягнути шляхом покращення методики навчання студентів, зокрема, за рахунок посилення взаємозв'язку з іншими навчальними предметами та застосуванням новітніх інформаційних технологій.

Одним із активних напрямів інтенсифікації вивчення вищої математики є комп'ютеризація навчального процесу. Комп'ютер сприяє активному включення в процес пізнання того, хто навчається. При цьому у викладача з'являється можливість поширити контроль за засвоєнням знань і керувати цим процесом.

На основі персонального комп'ютера як технічного засобу на даний час розроблено та впроваджено велику кількість різноманітних підходів до активізації процесу навчання, так звані нові інформаційні технології в освіті. Їхня цінність не викликає сумніву на всіх етапах навчання: початковому набутті навичок, закріпленні матеріалу шляхом розв'язання простих задач, візуалізації досліджуваних об'єктів і розвитку образної уяви.

Зрозуміло, що ЕОМ дає значну економію часу і дозволяє більш продуктивно спрямовувати зусилля студентів на осмислення та засвоєння навчального матеріалу. Це сприяє розвитку логічного, абстрактного мислення, просторової уяви, що є основою формування стійких знань, умінь, навичок на базі цілісного світогляду та розвиненої системи внутрішньопредметних зв'язків.

Необхідність використання ресурсів і технологій Інтернету для цілей освіти сьогодні вже не викликає сумнівів. Освітні послуги реалізуються на основі існуючих електронних бібліотек, довідників, словників, енциклопедій і т. д.

З розвитком сучасних комп'ютерних телекомунікацій з'являються нові способи їх використання для вирішення дидактичних завдань. Однак, головні їх функції — це інтерактивність в роботі з текстовою, звуковою, графічною та мультимедійною інформацією. Правильна організація навчального процесу створює унікальні можливості для самостійного вироблення критичного мислення, а також для інтелектуального і морального розвитку особистості.

Педагогічна практика останніх років наочно продемонструвала, що використання Інтернету в організації освіти та в його управлінні може привести до підвищення економічної ефективності освітніх систем. Наземо лише деякі сучасні тенденції у використанні Інтернету в системі освіти.

Зміна парадигми освіти передбачає перехід до особистісно орієнтованого навчання і нових педагогічних технологій.

При організації навчального процесу з використанням Інтернету дуже важливий постійний контроль (моніторинг) ефективності навчального процесу, що може бути зроблено декількома способами. Найбільш простий і традиційний шлях — оцінка знань студентів за допомогою різних тестів, контрольних робіт, іспитів, домашньої роботи.

Індивідуалізація навчання здійснюється на рівні програмних засобів, що забезпечують комунікацію за допомогою електронної пошти, телеконференцій, чатів.

Відбувається поступова заміна «паперових» носіїв навчальної інформації електронними. З кожним днем в Інтернеті з'являється все більше різних довідкових видань, журналів і газет. Це розширює інформаційні можливості для студентів, дозволяючи їм не тільки познайомитися з матеріалами, що їх цікавлять, але й отримати довідку про будь-яку статтю, відправити лист її автору і т. д. Традиційні друковані навчальні посібники поки що зберігають свої позиції в навчанні, проте, на додаток до них вже широко використовуються електронні підручники.

Очевидно, що ті джерела, які можна носити буквально «в кишені», записавши інформацію на карту пам'яті, студенти воліють бачити в електронному вигляді. Однак, якщо обсяг такої інформації занадто великий (наприклад, підручник у двох частинах), то більшість вважає за краще використовувати традиційні друковані видання.

Удосконалення засобів міжперсональної комунікації та візуалізації в мережі робить більш перспективним дистанційне навчання, сприяє підвищенню його мобільності,

виносячи навчальний процес за стіни навчального закладу, розширяючи просторові межі навчальної аудиторії. Для підготовки студентів до роботи у інформаційно-освітньому середовищі необхідно активніше розвивати міжпредметні зв'язки, використовувати нові форми та методи навчання, які передбачають значну самостійну роботу учнів з навчальною інформацією в порівнянні з традиційним навчанням.

Таким чином, проглядається двояка роль Інтернету в освіті. З одного боку, це інструмент пізнання навколошнього світу, потужний засіб навчання, який сприяє не тільки освоєнню різних навчальних дисциплін, а й формуванню міжпредметних зв'язків, інтеграції різних знань в єдине ціле. З іншого боку, зусиллями педагогів та методистів в Інтернеті може бути створений особливий інформаційно-освітній простір, що забезпечує всі необхідні умови для ефективного навчання та найбільш повного розкриття індивідуальних здібностей кожного студента.

Застосування комп'ютерних технологій в організації різних видів навчальної діяльності є однією із значущих ознак системи освіти, що формується сьогодні. Майбутнє математичної освіти закладається насамперед впровадженням нових інформаційних технологій з метою підвищення ефективності математичної діяльності і є ефективним засобом модернізації системи навчання у вищій школі.

Література

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки [Текст] : навч. посіб. / В. В. Вітлінський. — К. : КНЕУ, 2003. — 408 с.
2. Ильясов И. И. Система эвристических приемов решения задач [Текст] : учеб. пособ. / И. И. Ильясов. — М. : Изд-во Российского открытого ун-та, 1992. — 140 с.
3. Лабскер Л. Г. Вероятностное моделирование в финансово-экономической области [Текст] : учеб. пособ. / Л. Г. Лабскер. — М. : Альпина Паблишер, 2002. — 112 с.
4. Леоненко М. М. Теоретико-ймовірнісні та статистичні методи в економетриці та фінансовій математиці [Текст] : учеб. посіб. / М. М. Леоненко, Ю. С. Мішуря, В. М. Пархоменко, М. Й. Ядренко. — К. : Інформтехніка, 1995. — 380 с.
5. Нильсон Н. Искусственный интелект. Методы поиска решений [Текст] : учеб. / Н. Нильсон. — М. : Мир, 1973. — 273 с.
6. Пойа Д. Как решать задачу [Текст] : учеб. пособ. / Д. Пойа. — М. : Либроком, 2010. — 208 с.
7. Саранцев Г. И. Методология методики обучения математике [Текст] : учеб. пособ. / Г. И. Саранцев. — Саранск : Красный Октябрь, 2001. — 144 с.

Караван Ю. В., Саницкая А. О., Ташак М. С.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОДХОД И ПРОБЛЕМАТИКА ИЗУЧЕНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН СТУДЕНТАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Рассматриваются методические вопросы информационного подхода в процессе преподавания высшей математики в высших учебных заведениях экономического профиля. Авторы подчеркивают актуальность нового этапа использования заданий как средства математического образования в современной высшей школе, раскрывают содержание каждого этапа решения заданий в контексте информационного подхода, рассматривают процесс формирования информационной культуры.

Ключевые слова: математические модели, этапы решения задачи, информационная культура, компьютеризация учебного процесса, индивидуализация обучения, дистанционное обучение.

Karavan Yu. V., Sanycka A. O., Taszak M. S.

**APPROACH INFORMATION AND PROBLEMS STUDY
OF MATHEMATICAL DISCIPLINES
FOR ECONOMIC SPECIALTIES STUDENTS**

The issues methodological of information approach in teaching higher mathematics in higher school economics is examined. The authors emphasize the relevance of a new stage use as means of mathematical education in the modern higher school problems, revealing the contents of each stage of the solving challenges in the context of information approach, the process formation of information culture is examined.

Keywords: mathematical model, stages of problem solving, information culture, computerization of educational process, individualization of learning, distance learning.

УДК: 37.091.214.18(073):502/504+338.48

Кректун Б. В., Снітинський В. В., Кректун Н. М., Доценко Н. В.

**УДОСКОНАЛЕННЯ НАВЧАЛЬНИХ ПЛАНІВ ПІДГОТОВКИ
СТУДЕНТА-ЕКОЛОГА АГРАРНОГО ВУЗУ, ШЛЯХОМ ФОРМУВАННЯ
СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЦИКЛІВ ПІДГОТОВКИ ДИСЦИПЛІН
ВІЛЬНОГО ВИБОРУ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ДИДАКТИЧНИХ
ЕЛЕМЕНТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ОСВІТИ**

Узагальнено досвід створення циклу дисциплін вільного вибору студента навчального плану ОКР «бакалавр» спеціалізації «екологічний туризм» при підготовці студентів-екологів аграрних вищих навчальних закладів. Відзначено, що збільшення кількості фахівців, професійні якості яких необхідні для створення окремих складових туристичного продукту, сприяє покращенню якісних і кількісних показників, що визначають сталий розвиток туризму в Україні і закордоном.

Ключові слова: туристична освіта, екологічна освіта, навчальний план, дидактичні елементи, міжнародна співпраця.

Важливою складовою сталого розвитку суспільства є туристично-рекреаційна діяльність метою якої є забезпечення ефективного відновлення духовних і фізичних сил людини в умовах екологічно повноцінного середовища існування. Інноваційний розвиток туристичної індустрії, технологій гостинності, засобів розміщення, підприємств харчування і транспорту досяг значних успіхів, завдяки наявності досвідчених і високо-кваліфікованих фахівців-організаторів туристичної діяльності, здатних створити основу туристичного продукту — тур. Наявність висококваліфікованих фахівців менеджерів туризму, які формують, розробляють, удосконалюють туристичний продукт і при розробці додаткових туристичних послуг і неспецифічного туристичного продукту взаємодіють із фахівцями різних галузей промислового і сільськогосподарського виробництва, харчової промисловості, медицини, державного управління, освіти, сфери охорони природи, інформаційної і гуманітарної галузей [3; 6]. Ці тенденції повинні враховуватися в подальшому розвитку туристичної освіти України, її інтеграції із різними сферами знань, технологічного взаємопроникнення туристичних складових освіти у різні сфери суспільного буття. Вміння підготувати лекцію-експурсію, вибрати або розробити разом із фахівцем сферу туризму навчально-пізнавальний маршрут — сьогодні це обов'язок не тільки викладача Вищої але й учителя середньої школи [4; 5]. Відповідна складова туристичної підготовки повинна розвиватися і серед інших фахівців — лінгвістів, інженерів, істориків працівників аграрної сфери і системи природокористування та охорони природи, які задіяні при формуванні окремих складових туристичного продукту. Як знання іноземної мови і економіки, студентами будь-якої спеціальності, так і туристична підготовка повинна бути суттєво розширена і удосконалена. Це збільшить потребу у викладачах організаторах різних форм туристичної діяльності, лекторах курсів екскурсійної підготовки, які здатні підготувати екскурсоводів для створення екскурсій на підприємствах, для ділового туризму, освіти, працівників природоохоронних установ і об'єктів [2; 4; 6].

Сучасні світові тенденції розвитку екології та туристичної діяльності свідчать, що туризм може стати важливим чинником у збереженні природних і культурних ресурсів [1; 7]. Однією із форм використання цих ресурсів у природоохоронній і туристичній діяльності є екологічний туризм. Екотуризм найдинамічніше розвивається на територіях, що мають природоохоронну цінність (національні та ландшафтні парки) [3; 7]. Значної популярності набув зелений туризм, або відпочинок на природі у сільській місцевості [3; 8]. Такий туризм теж зараховують до категорії екологічного, а його значення є в деяких регіонах вирішальним для охорони і відновлення середовища, народних традицій

і екологізації економічного розвитку [8]. Екотуризм спрямований на охорону природного та культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами, з високою екологічною свідомістю [6;8].

Виділяють такі форми екотуризму: активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, збиральництво, рибальство, мисливство), фауністичні та флористичні поїздки (фотополювання, орнітологічні та інші), культурологічні й етнографічні поїздки [3; 6]. Саме для організації цих форм туризму необхідний фахівець — еколог.

Тому, нашим завданням було наповнення навчального плану студента-еколога, освітньо-кваліфікаційного рівня (ОКР) бакалавр спеціальності 6040106 «Екологія, охорона навколошнього середовища та збалансоване природокористування», дисциплінами і дидактичними елементами туристичної спрямованості.

В світлі виконання вимог Болонського процесу, в основі розвитку сучасної освіти повинні лежати такі напрямки:

- універсалізація змісту освіти;
- забезпечення нового рівня якості підготовки фахівців;
- випереджувальний характер усієї системи освіти, її націленість на проблеми майбутньої постіндустріальної цивілізації;
- розвиток творчих здібностей людини;
- застосуванням перспективних інформаційних і телекомунікаційних технологій;
- формування гнучкої системи підготовки кадрів, яка задовольняє сучасні потреби суспільства в фахівцях різних напрямів із швидкою адаптацією до змінюваних умов професійної діяльності, тобто здатністю молодих фахівців до розширення й поповнення знань;
- підвищення якості професійної підготовки фахівців шляхом розширення професійного профілю;
- запровадження прогресивної системи навчання;
- забезпечення конвертованості вищої екологічної освіти всередині держави і за її межами для безперешкодної участі в міжнародному ринкові праці;
- оволодіння інтегрованою групою професій.

Розв'язання цих завдань у багаторівневій системі професійної екологічної освіти передбачає визначення педагогічного завдання, тобто постановку цілей і відбір навчального змісту. В технології організації навчального процесу такою метою є якість підготовки фахівців, їх готовність до ефективної професійної діяльності. Якісна підготовки передбачає:

- здатність до швидкої адаптації в умовах науково-технічного прогресу;
- володіння професійними вміннями й навичками;
- уміння використовувати отримані знання в процесі розв'язання професійних завдань.

При вирішенні завдань щодо вдосконалення навчальних планів і поглиблення туристичної складової підготовки майбутніх працівників сфери екології мали на меті:

- оновити й переорієнтувати професійну підготовку фахівців вищої школи в контексті їхньої туристичної компетентності;
- ввести в навчальні програми окремі теми й питання туристичного змісту;
- систематично організовувати та проводити серед студентів виховні заходи туристичної спрямованості (конференції, конкурси, експедиції, вечори й т. ін.);
- упроваджувати в навчальний процес ефективні педагогічні технології, які забезпечують формування високого рівня туристичних знань, умінь і навичок;
- забезпечити ВНЗ навчально-методичними посібниками, відео- й фотоматеріалами туристичного змісту.

Модернізація навчальних планів проводилася відповідно до завдань міжнародного проекту 159188-TEMPUS-2009-PL-JPCR- ENAGRA. Згідно з програмою роботи у 4

вищих навчальних закладах — Львівському національному аграрному університеті (Україна), Київському національному університеті біотехнології і природокористування (Україна), Саратовському державному аграрному університеті (Росія), Бурятській державній сільськогосподарській академії (Росія) впроваджено навчальні плани для ОКР «бакалавр» спеціалізації — екологічний туризм і екологічна біологія, для ОКР «магістр» — збалансоване природокористування сільськогосподарськими територіями, управління техногенною і екологічною безпекою, екологічний моніторинг. Роботи здійснювалися за технічної і методичної допомоги таких установ з країн Європейського союзу, як Варшавський університет наук про життя (Польща), Європейська мережа відділів з міжнародних зв'язків у вищих навчальних закладах з аграрних і пов'язаних наук (Польща), Асоціація європейських університетів наук про життя (Польща), Інститут EDUTER (Франція), Університет Lleida (Іспанія), Університет природних ресурсів і прикладних наук про життя (Австрія), Університет м. Гент (Бельгія).

Технологічний підхід до навчання передбачає конструювання або корегування навчального процесу, з урахуванням освітніх орієнтирів, цілей і змісту туристичного навчання.

Основним нормативним документом, що визначає перелік та обсяг нормативних та вибіркових навчальних дисциплін, послідовність їх вивчення, є навчальний план, який розробляється науково-методичною комісією (НМК) з екології, охорони навколошнього середовища та збалансованого природокористування Департаменті науково-освітнього забезпечення АПВ та розвитку сільських територій Міністерства аграрної політики та продовольства України [9].

Навчальний план — складова стандартів вищої освіти вищих навчальних закладів, яка складається на основі освітньо-професійної програми та структурно-логічної схеми підготовки і визначає графік навчального процесу, перелік та обсяг навчальних дисциплін, послідовність їх вивчення, конкретні форми проведення навчальних занять та їх обсяг, форми та засоби проведення підсумкового контролю.

Частиною навчального плану є цикл підготовки.

Цикл підготовки — сукупність складових змісту освітньої або професійної підготовки (змістових модулів, блоків змістових модулів), що поєднані за ознаками принадлежності їх змісту до спільногого освітнього або професійного напряму.

Перший базовий навчальний план для ОКР «бакалавр» напряму 0708 «Екологія» вищих аграрних закладів було розроблено у 2002 р. В період з 2002 р. до 2012 р. відбулася його певна модернізація. За типовим планом (2009 р.) ОКР «бакалавр» спеціальності 6.040106 «Екологія, охорона навколошнього середовища та збалансоване природокористування», цикл гуманітарних та соціально-економічних дисциплін становить 17 % загальної кількості аудиторних годин, цикл дисциплін природничо-наукової підготовки - 19 %, професійної та практичної підготовки — 26 %, самостійного вибору ВНЗ — 28 %, самостійного вибору студента — 10 % [9].

З метою покращення професійної підготовки майбутніх екологів, необхідністю набуття ними певних компетенцій відповідно до обраної спеціалізації, проведено зміни в циклі дисциплін самостійного вибору студента. Розподіл дисциплін за блоками циклу залежить від вибору спеціалізації. У нашому навчальному плані такими спеціалізаціями є Блок 1 — «Екологічний туризм». Блок 2 — «Біоекологія».

Блок «Екологічний туризм» охоплює дисципліни загальною кількістю 39,5 кредитів і включає спеціалізовані навчальні дисципліни та скореговані навчальні програми дисциплін із введенням дидактичних елементів туристичної підготовки.

Відповідно до нормативних документів [9], що лежать в основі формування навчальних планів, навчальна дисципліна, елемент і об'єкт визначаються наступним чином:

Навчальна дисципліна — це педагогічно адаптована система понять про явища, закономірності, закони, теорії, методи тощо будь-якої галузі діяльності із визначенням потрібного рівня сформованості у тих, хто навчається, певної сукупності умінь і навичок.

Навчальний елемент (дидактична одиниця) — мінімальна доза навчальної інформації, що зберігає властивості навчального об'єкта.

Навчальний об'єкт — навчальна інформація певного обсягу, що має самостійну логічну структуру та зміст та дає змогу оперувати цією інформацією у процесі діяльності мислення.

Через який набір дисциплін і навчальних елементів і об'єктів представлена туристична складова блоку.

Розвиток рекреації та туризму в сучасному світі виступає невід'ємним фактором розширеного відтворення фізичних, інтелектуальних та емоційних сил людини. З огляду на це у навчальному плані на 3 курсі у 5 семестрі введено дисципліну «Рекреаційні ресурси і курортологія» в кількості 2 кредити, всього 72 години.

У сучасних умовах для розвитку економіки України важливе значення має розвиток туристично-готельного бізнесу. Туризм забезпечує значний внесок в економіку країни, сприяє створенню нових робочих місць, задовольняє культурно-пізнавальні, оздоровчі та інші потреби населення. Однак ефективний розвиток туристичної діяльності неможливий без залучення до неї висококваліфікованих фахівців, які володіють необхідним багажем знань у сфері екології. До навчального плану підготовки включено інтегровану дисципліну «Організація туристичної діяльності та екскурсійних послуг» — на 4 курсі у 7 семестрі в кількості 2,5 кредити, всього 90 годин.

Інший профілюючий напрямок підготовки стосується зеленого туризму, який відіграє важливу роль у справі відродження, збереження і розвитку природних рекреаційних ресурсів, місцевих народних звичаїв, промислів, традиційних методів господарювання на селі, пам'яток історико-культурної спадщини. Сприятливі умови для розвитку зеленого туризму створюються на територіях національних і ландшафтних парків, де існує можливість поєднати повноцінний відпочинок з пізnavанням природничого та історико-культурного потенціалу регіону. Дисципліну «Екологічний туризм» — включено у цикл дисциплін вільного вибору студента на 4 курсі у 8 семестрі в кількості 3 кредити, всього 108 годин.

Вищезнані дисципліни є профілюючими.

Формування яких компетенцій забезпечують профілюючі дисципліни спеціалізованого блоку «Екологічний туризм»?

В першу чергу це: володіння методологією розробки туристичного продукту і туристичних послуг; отримання навиків ефективної організації екскурсійної діяльності; використання нормативно-правових актів, що забезпечують ефективну туристичну діяльність; уміння організовувати та планувати різноманітні рекреаційно-територіальні комплекси; володіння методологією створення екотурів, турів сільського зеленого і агротуризму, забезпечення безпеки в екотуризмі; застосовувати професійні обов'язки агента з організації екологічного і сільського зеленого туризму;

Вище названі дисципліни забезпечують достатній рівень компетентності необхідної для створення туристичного продукту як на окремих етапах формування туру так і забезпечення додаткових послуг та створення неспецифічних туристичних товарів. Зокрема, це технології гостинності при організації зеленого туризму — сільського агротуризму, надання послуг розміщення. Представлення технологій вітро- та гідроенергетики, очисних споруд та зелених технологій, як об'єктів екскурсійних і пізнавальних турів, забезпечення необхідного обладнання для туристичних походів, створення неспецифічних туристичних товарів (традиційних дарів природи, ягід грибів, трофеїв рибальства і мисливства).

Спрямованість підготовки фахівців-екологів, на участь у створені окремих складових туристичного продукту, дає підстави сподіватись на появу фахівців, що покращать якісний рівень організації екологічного туризму в регіоні.

Також до циклу самостійного вибору студента, входять такі дисципліни, як заповідна справа, екологічна експертиза, екологія міських систем, моделювання і прогнозування стану довкілля, економіка природокористування, організація управління в екологічній діяльності, основи с.-г. екології, лісовництво та лісові ландшафти. В програмі викладання цих дисциплін враховано туристичну спрямованість дисциплін вільного вибору студентів. Це досягається шляхом введення до дисциплін тематик та дидактичних елементів пов'язаних із туристичною дільністю. Зокрема, для дисципліни «Організація управління екологічною діяльністю» вивчення тематик пов'язаним із державним управлінням у сфері туризму. Економіка природокористування приділяє увагу розрахункам економічних збитків для природи внаслідок інтенсивної туристичної і рекреаційної діяльності. Тематичний перелік дисципліни «лісовництво та лісові ландшафти» включає питання, що стосуються рекреаційного використання лісових ландшафтів, Туристична складова дисципліни «основи сільськогосподарської екології» включає вивчення агроландшафтів та зелених технологій — як об'єкту туристичної привабливості. Екологія міських екосистем приділяє увагу рекреаційним зонам міст.

Робоча програма містить перелік питань дисципліни з розподілом за темами й змістовими модулями і визначенням кількості годин на їх вивчення у процесі аудиторної та самостійної роботи, план проведення лекцій, практичних занять та виконання самостійної роботи, теми індивідуальних навчально-дослідних завдань, контрольні запитання для перевірки засвоєння матеріалу, характеристику системи оцінювання знань студентів за даною дисципліною, список законодавчих і нормативно-правових матеріалів, основної та додаткової літератури, адреси мережі. Робочі програми розроблено з урахуванням вимог Болонської декларації.

Стратегічний напрям діяльності науково-педагогічного персоналу кафедри екології і біології пов'язаний із залученням студентів до науково-дослідної роботи у сфері екотуризму через їх участь в наукових гуртках, конференціях, олімпіадах, конкурсах. Кафедрою було ініційовано проведення науково-практичних семінарів з проблем розвитку екологічного туризму, проводиться щорічний семінар із розвитку екскурсійної діяльності у природничому музеї кафедри, відкрито філію кафедри у Яворівському національному парку де студенти беруть участь у створенні туристичних маршрутів і стежок.

Таким чином, однією з актуальних проблем сучасної екологічної освіти є туристична підготовка майбутніх фахівців.

На основі узагальнення результатів дослідження зроблено наступні висновки:

Комплексний аналіз дидактичних освітніх систем свідчить, що досвід підготовки фахівців-екологів сфері туризму в університетах учасниках програми, буде надзвичайно корисним для України, яка має значний туристичний потенціал і може стати в перспективі однією з найрозвинутіших у туристичному відношенні країн. Про це свідчать результати проведення Євро–2012.

На основі аналізу організації навчального процесу в університетах учасниках програми визначено, що основи технологічного процесу професійної підготовки кадрів для сфері туризму закладено в таких категоріях, як:

- реалізація інноваційних, міждисциплінарних підходів у розробці навчальних планів і програм;
- модернізація змісту навчання на основі інтегрованих навчальних курсів та інноваційних навчальних посібників;

- посилення ролі комп’ютерних технологій у навчанні;
- удосконалення процесу передачі інформаційного матеріалу від педагога до студента;
- поява нових способів контролю знань за допомогою новітніх методологій і технологій;
- створення концепції навчання еколога для сфери туризму;
- вдосконалення змісту навчання з конкретної спеціалізації;
- реформування освітньої системи підготовки фахівців сфери екології з метою посилення її конкурентоспроможності на ринку праці.

Усі ці вимоги буде враховано в нашій подальшій роботі при розробці моделі туристичної підготовки фахівців-екологів, професійно придатних до ефективної туристичної діяльності в системі еколого-безпечного природокористування.

Така система навчання є орієнтованою на особистість і базується на мульти- і міждисциплінарному підході до багаторівневої підготовки фахівців-екологів. Вона дає змогу систематизувати й стандартизувати майбутні програми навчання, оптимізувати навчальний процес для інтегрованих груп професій, забезпечує його цілісність в досягненні цілей навчання. Це сприятиме якісному розширенню туристичної сфери і її інтеграції із природоохоронною складовою суспільства у формі розвитку екологічного, сільського і агротуризму.

Тому, на нашу думку, досвід розширення сфери вивчення основ туристичної діяльності для спеціальності 6.040106 «Екологія, охорона навколишнього середовища та збалансоване природокористування», здобутий при виконанні програми 159188-TEMPUS-2009-PL-JPCR- ENAGRA, буде корисним і для підготовки фахівців в інших галузях, що задіяні у створенні туристичного продукту — харчових технологіях, економіці і менеджменті, товарознавстві, агрономії та ін.

Література

1. Зігунов В. М. Рекреаційно-туристська підготовка майбутніх менеджерів з туризму [Текст] / В. М. Зігунов. Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. — 2010. — № 16. — С. 64–71. — ISSN 2227-2844.
2. Лук'янова Л. Г. Освіта в туризмі [Текст] : навч.-метод. посіб / Л. Г. Лук'янова. — К. : Вища школа, 2008. — С. 11, 14, 37. — ISBN 978-966-642-359-X.
3. Чернюк Л. Г. Розвиток екологічного туризму в Україні [Текст] : навч.посіб. / Чернюк Л. Г., Зеленська О. О., Кравченко Н. О. — Ніжин : Видавництво НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. — 90 с. — ISBN 966-7391-42-6.
4. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму [Текст]: автореф. д-ра пед. наук : 13.00.04 / Володимир Константинович Федорченко [Київ. універ. туризму, економіки і права]. — К., 2004. — С. 39.
5. Цехмайстрова Г. С. Діагностика якості процесу навчання при підготовці фахівців для сфери туризму [Текст] / Г. С. Цехмайстрова // Педагогіка і технологія професійної освіти. — 2002. — № 1. — С. 179–187. — ISSN 2218-5186.
6. Федорченко В. К. Педагогіка туризму [Текст] : навч.посіб. / Федорченко В. К., Фоменко Н. А., Скрипник М. І., Цехмайстрова Г. С. / Під ред. Федорченко В. К. — К. : Видавничий дім «Слово», 2004. — 296 с. — ISBN: 966-8407-31-8.
7. Гетьман В. І. Гуманістика науково-пізнавального освоєння рекреаційних ресурсів природозаповідних територій [Електронний ресурс] / Гетьман В. І. / «Зелені Карпати». — 2007. — № 1–2. — С. 32–36. — <http://cbr.nature.org.ua/zk/zk2007.pdf>
8. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу [Текст] : навч. посіб. 2-е вид., перероб. і доп. / Дмитрук О. Ю. — К. : Альтпрес, 2004. — 192 с. — ISBN 966-542-219-7.
9. Рідей Н. М. Ступенева підготовка майбутніх екологів: теорія і практика [Текст] / Рідей Н. М. за заг. ред. академіка Д. О. Мельничука. — Херсон: Видавництво Олді-плюс, 2-ге вид. перероблене і доповнене, 2011. — 650 с. — ISBN 978-966-2393-40-8.

10. Наскірна програма та методичні рекомендації з організації практичної підготовки фахівців напряму 6.040106 «Екологія, охорона навколошнього середовища та збалансоване природокористування» [Текст] : метод. посіб. для викладачів та студентів. / В. А. Копілевич, Р. І. Бурда, В. М. Чайка, Н. М. Рідей, І. М. Гудков, О. І. Наумовська. — К. : Видавничий центр НУБіП України, 2008. — 99 с.

Кректун Б. В., Снитинский В. В., Кректун Н. М., Доценко Н. В.

**УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕБНЫХ ПЛАНОВ ПОДГОТОВКИ
СТУДЕНТА-ЭКОЛОГА АГРАРНОГО ВУЗА, ПУТЕМ ФОРМИРОВАНИЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПРОГРАММ ПОДГОТОВКИ ДИСЦИПЛИН
СВОБОДНОГО ВЫБОРА И ВНЕДРЕНИЕ ДИДАКТИЧЕСКИХ
ЭЛЕМЕНТОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Обобщен опыт создания цикла дисциплин свободного выбора студента учебного плана ОКР «бакалавр» специализации «экологический туризм» для подготовки студентов-экологов аграрных высших учебных заведений. Отмечено, что увеличение количества специалистов задействованных на отдельных стадиях создания туристического продукта позволит существенно улучшить качественные и количественные показатели, определяющие устойчивое развитие туризма в Украине и за рубежом.

Ключевые слова: туристическое образование, экологическое образование, учебный план, дидактические элементы, международное сотрудничество.

Krektun B. V., Snitynskij V. V., Krektun N. M., Dotsenko N. V.

**IMPROVEMENT OF CURRICULAR FOR STUDENTS-ECOLOGISTS OF
AGRARIAN UNIVERSITIES VIA COMPOSING SPECIALIZED CYCLES
OF TRAINING OF ELECTIVE SUBJECTS AND IMPLEMENTATION OF
DIDACTICAL ELEMENTS IN TOURISTIC EDUCATION**

The experience of training cycles for elective courses composition in the curriculum of EQL «Bachelor» for student -ecologist of agricultural universities has been summarized. The increase in number of specialists involved in the separate stages of tourist product elaboration, enable us to improve the quantitative and qualitative indices of tourism sustainability in Ukraine and abroad.

Key words: touristic education, ecological education, curriculum, didactical elements, international collaboration.

УДК 612.821.2/.3:378.14:37.018.554

Чаторийська О. М.

АКТИВІЗАЦІЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ НА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Стаття присвячена реалізації принципів сучасних концепцій викладання шляхом активізації пізнавальної діяльності студентів на різних етапах практичного заняття з іноземної мови, починаючи з формування міцної мотивації та визначення мети заняття; серед методів активізації пізнавальної діяльності детально обговорюються такі як рольові ігри та ділова гра, використання нових інформаційних технологій, зокрема можливостей Інтернет-мережі; особлива увага приділяється опису шляхів активізації уваги студентів, що сприяють ефективній пізнавальній діяльності протягом цілого заняття.

Ключові слова: навчально-пізнавальна діяльність; студент; знання; навчання; рольова гра, ділова гра, інформаційні технології; активність, увага, мотивація.

*«Активність — важлива умова досягнення цілі в освіті
і тому її можна вважати основоположною категорією дидактики»*

I. А. Зязюн

Згідно закону України про освіту метою освіти є всеобщий розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями [1]. З огляду на таке завдання процес здобуття освіти неможливий без активної пізнавальної діяльності студента, оскільки лише залишаючи увесь потенціал пізнання можливо розвивати індивідуальні розумові, моральні, творчі та кваліфікаційні якості особистості. Активізація пізнавальної діяльності студентів — це цілеспрямована діяльність, скерована на вдосконалення змісту, форм, методів, прийомів і засобів навчання з метою збудження інтересу, підвищення активності, творчості, самостійності мотивованої діяльності студентів у засвоєнні знань, посилення взаємодії учасників навчально-виховного процесу [5, с. 352]. Проблема активізації пізнавальної діяльності є однією з ключових в освіті, оскільки її успішне розв'язання дає можливість суттєво підвищити ефективність, результативність і якість навчально-виховного процесу, а також сприяє формуванню творчої особистості студентів. Педагогічні основи активізації навчально-пізнавальної діяльності розглядаються у працях В. В. Ягупова, Т. І Левченко, Г. І. Щукіної та ін. Ще раніше важливість забезпечення активності суб'єкта в навчальній діяльності обговорювали К. Д. Ушинський, П. П. Блонський та ін. Такі педагоги як I. A. Зязюн, Н. Г. Ничкало, О. В. Киричук та I. D. Бех вивчають різні аспекти цієї проблеми останнім часом.

Завдання активізації навчально-пізнавальної діяльності тісно пов'язане з реалізацією дидактичного принципу активності в навчанні. Цей принцип виявляє суть діяльнісної концепції: студента неможливо навчити, якщо він не захоче навчитися сам. Опанування знаннями і розвиток здібностей відбуваються лише у власній активній діяльності студента, у цілеспрямованих зусиллях щодо одержання запланованого результату. Формування пізнавальної активності відбувається в кілька етапів: зачленення студента до навчально-пізнавальної діяльності; функціонування мисленнєвих та емоційних процесів для опанування знань, умінь і навичок; прояв вольових зусиль для засвоєння важкого навчального матеріалу; закріplення звички розумово працювати, поступовий розвиток потреби в такій праці. На практиці реалізація цих фундаментальних принципів та етапів

активізації пізнавальної діяльності студентів ВНЗ регламентується вимогами програми щодо змісту та типів занять з вивчення дисципліни.

В програмі з вивчення іноземної мови за професійним спрямуванням чільне місце відводиться практичним заняттям. І це цілком логічно, тому що саме на практичних заняттях викладач організовує детальний розгляд студентами окремих теоретичних положень навчальної дисципліни і формує уміння та навички їх практичного застосування шляхом виконання відповідно поставлених завдань. А вивчення іноземної мови має на меті здобуття практичного вміння спілкуватись цією мовою. Сама назва «практичне», що в перекладі з грецької *prakticos* означає діяльний, показує, як така форма навчальних занять пов’язана з активізацією пізнавальної діяльності студентів. [2, с. 232] Тому, активізація навчально-пізнавальної діяльності є актуальною на всіх етапах практичного заняття.

Серед цілей підготовчого етапу заняття є одна особливо актуальнна для активізації пізнавальної діяльності — це мотивація студентів. Однією з умов досягнення успіху в навчальній діяльності є вмотивована активність студентів, що стимулює їхню участь у навчально-пізнавальній діяльності. Під вмотивованою активністю мається на увазі розуміння студентами цілей навчання, вміння планувати, організовувати та контролювати свою діяльність згідно цих цілей, як також виявлення інтересу до здобуття професійних знань. Студент, який усвідомлює, що йому необхідно добре володіти іноземною мовою для висококваліфікованої професійної діяльності, ознайомлення з сучасними матеріалами професійного спрямування, навчання за кордоном з можливістю подальшого працевлаштування, відвідин іншомовних країн, спілкування з іноземними друзями та колегами, прикладатиме більше зусиль для її опанування і відповідно отримає міцніші та фундаментальніші знання. Особистість самого викладача в поєднанні з його педагогічною майстерністю також сприяють підвищенню рівня мотивації. Підготовчий етап заняття паралельно з мотивацією студентів включає в себе оголошення теми й мети даного заняття. І це цілком логічно, оскільки мета і мотив є тісно пов’язані між собою.

Мотив — це те, що спонукає до діяльності, що є її метою. Кожного разу, починаючи певну діяльність, людина ставить перед собою конкретну мету, виходячи з потреб. А тому, мета і визначається як усвідомлена потреба, на досягнення якої спрямована активність особистості. Важливою є інтеграція мети, поставленої викладачем, з метою, яку ставить перед собою сам студент, оскільки постановка мети та її реалізація передбачають певні мотиви діяльності, сам пізнавальний інтерес [5, с. 230, 231]. На основі аналізу науково-методичної літератури можна зробити висновок, що пізнавальна активність є складним інтеграційним утворенням особистості, яка складається з трьох компонентів: мотиваційного, змістово-операційного або інструментального та емоційно-вольового або психічного. До мотиваційного компонента входять: пізнавальна потреба, пізнавальний інтерес, спрямованість особистості на навчальну діяльність, позитивне ставлення до навчання, пізнавальна ініціатива особистості, прагнення до самовдосконалення. Емоційно-вольовий компонент пізнавальної активності охоплює такі якості особистості як старанність, вдумливість, схильність до дискусії, наполегливість у подоланні труднощів, впевненість у собі, самокритичність, почуття власної гідності, відсутність страху помилитися, цілеспрямованість у роботі, вміння організувати свою навчальну діяльність. Отже, процес активізації пізнавальної діяльності студентів сприяє формуванню таких якостей як допитливість, ініціативність, працелюбність тощо. До змістово-операційного компонента або інструментального входять всі мисленнєви операції, пізнавальні процеси, пов’язані з розумовим перетворенням у пізнанні, форми, методи та технології навчання. Сучасні педагогічні технології, такі як парна та групова робота,

метод проектів, використання інформаційних технологій, Інтернет-ресурсів, сприяють активізації пізнавальної діяльності студентів.

Основний етап заняття передбачає використання цих сучасних педагогічних технологій безпосередньо для формування професійних знань, вмінь та навичок студентів, які пізніше на підсумковому етапі контролюються та коректуються (хоча, як показує досвід, значно ефективнішим є поетапне проведення контролю та корекції). Нові інформаційні технології на заняттях іноземної мови зумовлюють не лише використання нових технічних засобів, але й нових форм, методів та підходів до процесу навчання.

Глобальна Інтернет мережа дозволяє студентам і викладачам мати доступ до будь-якої необхідної інформації, що включає: країнознавчий матеріал, екскурсії 3D формату, статті з газет і журналів, теле- та радіопередачі різноманітної тематики, відеоматеріали на сайті YouTube, необхідну літературу PDF формату та сайти цільового призначення для вивчення іноземної мови професійного спрямування, які містять інтерактивні ігри й мультимедійні презентації. Сучасні інформаційні технології уможливлюють також живе спілкування з носіями мови за допомогою електронної пошти, теле- і відеоконференцій, розмов у чатах чи скайпі. Ці можливості варто використовувати на заняттях, оскільки саме завдяки їм можна в повній мірі оволодіти комунікативною і соціокультурною компетенцією, а також зреалізувати кінцеву мету вивчення іноземної мови — розвиток вміння вільно спілкуватися в різноманітних реальних ситуаціях іншомовного середовища [3, с. 28, 29]. Постановка комунікативного завдання повинна стимулювати студентів до самостійного гнучкого використання здобутих ними знань та вмінь, що й буде само по собі служити методом активізації пізнавальної діяльності.

Окрім інформаційних технологій існує багато й інших методів активізації пізнавальної діяльності студентів під час вивчення іноземної мови: організація навчального матеріалу таким чином, щоб він був цікавим та актуальним для студента і водночас відповідав вимогам навчальної програми; розробка специфічних форм і методів навчання, які заличували б студентів до активної діяльності: ситуативні завдання, рольові та ділові ігри, проведення міні-конференцій, брейн-рингів, відео занять, представлення підготовлених самими студентами презентацій, організація занять-експурсій тощо. Ситуативні завдання та рольові ігри активізують такі пізнавальні процеси, як мислення, увагу та пам'ять студентів, оскільки вимагають від них правильної лексико-граматичної побудови монологічних та діалогічних висловлювань, які були б адекватною реакцією на поставлене завдання. Серед завдань до рольових ігор виділяють реактивне, конструктивне, конвенціональне та креативне. Реактивне завдання пропонує студентам вже сформульовану як саму задачу, так і її складові. Конструктивне завдання вимагає від студентів самостійної побудови рішення за вказаним зразком. Конвенціональне завдання змушує студентів поєднати вже знайомі їм елементи новим способом. А креативне завдання потребує від студентів цілком нових творчих рішень. Оскільки методисти виокремлюють активність репродуктивну і продуктивну (творчу), такі види рольових ігор забезпечують перехід від репродуктивної до продуктивної активності. Спочатку формується активність пізнавання, коли студент знайомиться з пропонованими зразками, наступним кроком є відтворення або операційна активність тобто уміння діяти за правилами, процедурами чи розпорядженнями, і творча активність, що полягає у пошуку нового. Педагог має стимулювати всі рівні активності студентів, враховуючи їхню природну творчу активність.

Ділові ігри активізують пізнавальну діяльність студентів шляхом розвитку їх творчого мислення та навичок професійної діяльності, що підвищує ефективність засвоєння навчального матеріалу. Експериментально доведено, що відсоток засвоєння матеріалу

при фронтальній роботі викладача з групою становить 20 %, тоді як під час ділової гри — майже 80 %. Ділова гра імітує професійну діяльність і таким чином стимулює у студентів самостійність, творчість, інтерес до здобуття вмінь та навичок необхідних у майбутній роботі [2, с. 243, 244]. Активність студентів у ділових іграх має емоційно яскравий, довготривалий характер. Емоційне забарвлення діяльності студентів відбувається завдяки виконанню ними тієї чи іншої ролі у грі. Таке зачленення емоцій до процесу навчання спонукає студентів до активнішої діяльності і створює благоприємні умови для більш стійкого засвоєння програмного матеріалу. Під час гри студенти моделюють та розв'язують проблемні завдання, знаходять різні варіанти їх вирішення, вчаться обґрунтовувати свої рішення й висловлювати власну точку зору. Колективне виконання завдань, до якого досить часто спонукає ділова гра, забезпечує психологічний комфорт її учасникам. Навчально-пізнавальна діяльність студентів на заняттях з організацією ігор стає творчою діяльністю. Ділова гра забезпечує теж процес контролю знань, вмінь та навичок студентів й дозволяє викладачеві побачити більш повну картину потенціалу кожного учасника гри. Отож, ділова гра є високоекспективним методом активізації пізнавальної діяльності, який стимулює зацікавленість студентів вивченням дисципліни та сприяє творчому і професійному розвитку особистості [5, с. 258].

Однак найскладнішим моментом активізації пізнавальної діяльності студентів є активізація їхньої уваги протягом цілого заняття. Однією з причин цього є інтенсифікація програмного матеріалу з іноземної мови, що веде до зростання загального обсягу інформації, яку студент має засвоїти протягом навчання. Це часто спричиняє проблему — студент «топиться» у сприйнятті, коли перед ним занадто великий обсяг матеріалу, оскільки спрацьовує психологічний момент блокування — «я не зможу запам'ятати це все, отже не варто намагатись вивчити навіть щось». В таких умовах завданням викладача є підвищити зацікавленість та утримати увагу студента протягом усього заняття. Існує досить багато способів і методів активізації уваги студентів у вивченні іноземної мови. Насамперед, це простота і доступність мови викладача, а також насиченість її знайомими термінами, які постійно повторюються. Крім того, важливу роль відіграє риторична подача інформації: монотонна мова навігає нудьгу і увага студента втрачається. Розмовна мова сильнішеї впливає, ніж письмова: вона і зрозуміліша, схиляє до взаємного спілкування аудиторії з викладачем. Важливу роль в активізації уваги студентів у вивченні іноземної мови відводиться мові тіла. Жести та міміка можуть значно підвищити ефективність сприйняття мови. У реальному житті людське спілкування мимоволі супроводжується мімікою та жестами, так званим емоційним забарвленням [5, с. 174]. Ефективність засвоєння навчального матеріалу значно збільшується, якщо для його подачі й закріплення використовуються різні методи. Наприклад, можливе зачленення різних видів пам'яті: образно-зорової, слухової, рухової, емоційної, словесно-логічної, що цілком можливо при зміні видів мовленнєвої діяльності (письмо, читання, говоріння, аудіювання). Також важливу роль в активізації пізнавальної діяльності відіграють запитання, не лише питання викладача до студентів, а й запитання студентів до викладача. Проблемні запитання викладача стимулюють розумову діяльність студентів й забезпечують міждисциплінарну інтеграцію, бо цілком можливи є факти, що саму інформацію професійного характеру студенти вже засвоїли під час вивчення циклу професійних дисциплін, а завданням курсу іноземної мови є вивчення лише відповідної лексики, а не самого фактажу матеріалу. З іншого боку запитання студентів до викладача забезпечують зворотній зв'язок — показують, що студент осмислює подану інформацію, й підказують викладачеві рівень мовленнєвої та інформаційної підготовки аудиторії. У питанні активізації уваги студентів слід підкреслити емоційний аспект. На практичних

заняттях успішно використовується прийом «емоційної зав'язки». Для того щоб з самого початку заняття зацікавити студентів до поданої тематики або матеріалу заняття, можна зробити вже початок заняття незвичним та яскравим. Наприклад, якщо почати заняття з цікавого історичного факту, яскравих прикладів з літератури, науки або навіть інтригуючого малюнка чи ілюстрації, що стосується теми заняття. Існує ще один спосіб активізації уваги студентів, які вивчають іноземну мову — це навмисне введення помилки. Викладач може попередити студентів про наявність помилки на самому початку заняття і тим самим забезпечити незгасний інтерес студентів протягом всього заняття. Крім того, це дає позитивний поштовх студентам, показуючи, що вони володіють інформацією (наприклад, граматикою, якщо допущено граматичну помилку у вправі) на рівні викладача [4, с. 40]. Важливим аспектом стимулювання та активізації уваги студентів є оцінювання успішності студентів. Викладач, який повідомляє студентів про можливість отримання позитивних оцінок або додаткових балів, підтримує інтерес студентів до вивчення іноземної мови, підвищує інтерес до отримання нових знань, умінь і навичок. Тоді як саме виставлення оцінок та їх оголошення відбувається на підсумковому етапі заняття.

Отже, активізувати пізнавальну діяльність студента слід на усіх етапах практичного заняття з іноземної мови. Завдяки широкому спектру методик та використанню сучасних засобів навчання можливо не лише утримувати увагу студента протягом цілого заняття, але й досягти тривалих високих результатів рівня засвоєння знань, умінь та навичок у володінні іноземною мовою. Завданням викладача іноземної мови вищого навчального закладу є майстерно поєднати внутрішню та зовнішню мотивацію студентів, ситуативні завдання з рольовими та діловими іграми, потяг сучасних студентів до новітніх інформаційних технологій з вирішенням навчальних цілей кожного практичного заняття зокрема. Усе це в комплексі приведе до стійкої мотивації у вивченні дисципліни та забезпечить активну пізнавальну діяльність студентів у володінні іноземною мовою, як протягом навчання так і після закінчення навчального закладу.

Література

1. Закон України «Про освіту». — К. : Генеза, 2002.
2. Ортинський В. Л. Педагогіка вищої школи [Текст] : навч. посіб. / В. Л. Ортинський. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 472 с.
3. Терлецька І. М., Горобченко Н. Г. Активізація пізнавальної діяльності студентів-медиків у процесі вивчення фахової іноземної мови [Електронний ресурс] : стаття у науково-методичному збірнику «Нові технології навчання». — 2007. — № 49. — Режим доступу : sumdu.edu.ua/library.
4. Тернавська Т. А. Проблема активізації пізнавальної діяльності студентів ВНЗ [Електронний ресурс] : стаття у «Наукових записках»: Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота / Національний університет «Києво-Могилянська академія». — 2006. — Т. 59. — Режим доступу : http://www.ukma.kiev.ua/ua/nauka/pratsi_vidan.
5. Ягупов В. В. Педагогіка [Текст] : навч. посібник. — К.: Либідь, 2002. — 560 с.

Чаторийская О. М.

АКТИВИЗАЦИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

Статья посвящена реализации принципов современных концепций преподавания путем активизации познавательной деятельности студентов на разных этапах практического занятия по иностранному языку, начиная с формирования сильной мотивации и постановки цели занятия; среди методов активизации познавательной деятельности рассматриваются такие методы как ролевая и деловая игра, использование современных информационных технологий,

в частности возможностей Интернет сети; особое внимание уделяется описанию методов активизации внимания студентов, которые стимулируют эффективную познавательную деятельность на протяжении всего занятия.

Ключевые слова: учебно-познавательная деятельность; студент; знание; учеба; ролевая игра, деловая игра, информационные технологии; активность, внимание, мотивация.

Chatoryiska O. M.

ACTIVATION OF COGNITIVE ACTIVITY OF STUDENTS IS ON PRACTICAL EMPLOYMENTS AFTER A FOREIGN LANGUAGE

The article describes the realization of contemporary teaching principles by activating student cognitive process at different stages of a foreign language practical class that starts with proper motivation and setting out the aim of the lesson; role-play and usage of modern information technologies such as Internet are clearly delineated; a great impact is made on the ways of student attention activation that promote their effective educational-cognitive activity during the whole lesson.

Keywords: educational-cognitive activity; student; knowledge; studies; role play, information technology; activity, attention, motivation.

УДК 330.101

Холявко Н. І.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ОСВІТНІХ ПРОЕКТІВ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

У статті визначено основні напрями підвищення ефективності реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва. Особливу увагу зосереджено на важливості даної діяльності для досягнення цілей національної економіки в цілому.

Ключові слова: інноваційний розвиток, освітній проект міжнародного співробітництва, ефективність, життєвий цикл проекту.

За умов сучасної глобалізації та становлення знаннєвого суспільства стрімкими темпами зростають обсяги розробки та подальшої практичної реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва. Реалізація таких проектів часто супроводжується низкою проблем.

Важливою складовою успішної діяльності за сучасних умов є постійне прагнення та орієнтація всіх зусиль проектної команди на підвищення ефективності практичної реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва. Реалізація освітніх проектів міжнародного співробітництва на практиці сприяє впровадженню якісних змін у функціонування національної економіки країни, що передбачає досягнення економічної, соціальної, бюджетної, екологічної та інших видів ефективності проектної діяльності. Робота команди та всіх учасників проекту міжнародного співробітництва спрямовано на досягнення високих результатів проектної діяльності.

Незважаючи на актуальність теми даного дослідження, головні напрями підвищення ефективності практичної реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва, на нашу думку, потребують значно глибшого та ретельнішого вивчення й аналізу.

Питання ефективного управління міжнародним співробітництвом у сфері освіти є актуальними і висвітлюються у науковій літературі (Каленюк І., Антонюк Л., Федулова Л., Гусєв В., Цимбал Л. та ін.). Розробка представлених у статті пропозицій здійснювалась на основі аналізу даних офіційного сайту Державної служби статистики України, даних Євростату, вивчення чинних нормативно-правових актів та використання ресурсів Інтернету.

Метою статті є конкретизація й узагальнена характеристика основних напрямів підвищення ефективності практичної реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва.

Ефективність реалізації освітніх міжнародних проектів залежить від численних факторів, які умовно можна поділити на дві групи: ендогенні та екзогенні. Результативність проекту значною мірою визначається внутрішніми умовами та чинниками діяльності проектної команди, до яких належать: організаційні (оптимальний розподіл відповідальності, прав та обов'язків; узгодження інтересів і цілей учасників), фінансові (об'єднання фінансових можливостей учасників проекту; наявність державної підтримки; грантова підтримка з боку міжнародних організацій; можливість сплати частки співфінансування за проектом), інформаційні (відкритість проекту; наявність вільного доступу до необхідної інформації; рівень точності, повноти і релевантності інформації), мотиваційні (використання індивідуального підходу до мотивації учасників), психологічні (ймовірність виникнення конфліктів через крос-культурні відмінності учасників; тривалість спрацювання учасників проекту), професіональні (рівень професійної освіти, досвідченності та кваліфікації учасників), фактори планування (рівень якості, гнучкість та узгодженість планів за проектом) і фактори контролю (оперативність, оптимальність та ретельність контролю за реалізацією проекту).

Важливими на кінцеву результативність освітнього проекту міжнародного співробітництва є виступають екзогенні чинники, які формують зовнішнє середовище функціонування проектної команди: політичні (політико-економічна стабільність країн-партнерів за проектом, відповідність проекту інноваційним пріоритетам розвитку країн-учасниць), соціально-економічні (рівень безробіття, інфляції, рівень економічного розвитку, рівень життя населення країн-партнерів за проектом), екологічні (взаємний вплив проектної діяльності та навколошнього природного середовища), форс-мажорні (ймовірність виникнення непередбачуваних ситуацій природного, техногенного, політичного чи соціально-економічного характеру) і правові (узгодження проектних заходів з чинними законодавствами країн-учасниць) чинники. Врахування екзогенних та ендогенних факторів дозволить підвищити ефективність реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва як на макро- (на рівні національної економіки), так і на мікрорівні (на рівні проектної діяльності).

Важлива роль у підвищенні ефективності реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва, на наше стійке переконання, належить державі. Головним чином у рамках реалізації державної інноваційної політики підтримка і сприяння підвищенню ефективності практичного впровадження освітніх проектів міжнародного співробітництва розглядається нами як один із основних видів діяльності державних органів у даній сфері. Діяльність подібного роду відповідає такому принципу державної інноваційної політики, як «здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок» [1], що прописаний у чинному Законі України «Про інноваційну діяльність».

Чимало проблем реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва виникає на підґрунті політичної нестабільності й невизначеності. На нашу думку, у деяких країнах (у тому числі, і сучасній Україні) ігнорувати виникнення проблем політичного характеру не можна. Однак, варто також зазначити, що членам проектної команди самостійно (тільки власними зусиллями) підвищити політичну ефективність реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва не під силу, а нерідко і поза їхніми можливостями та компетенцією. Для успішного провадження діяльності подібного характеру важливим є залучення представників органів державної влади.

У будь-якому разі учасники освітнього проекту міжнародного співробітництва повинні бути зацікавленими та всіляко намагатися налагодити тісні професійні стосунки з державними органами. Конфронтація, протистояння між учасниками освітнього проекту міжнародного співробітництва та державними діячами майже завжди означає ускладнення процесу його практичної реалізації. Безперечно, за такої умови підвищення політичної ефективності реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва виявляється практично нереальним.

Важливим напрямом підвищення ефективності реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва є узгодження інтересів країн-учасників проектної діяльності щодо пріоритетів розвитку у сферах міжнародної та інноваційної діяльності. Налагодження ефективного співробітництва між країнами-учасниками проектної діяльності забезпечує створення умов для подальшого розвитку спільної діяльності інноваційного характеру без виникнення політичних бар’єрів її практичної реалізації. Разом з тим, таке співробітництво сприяє і налагодженню політичних стосунків між різними країнами в цілому.

Одним із ключових напрямів підвищення ефективності реалізації освітніх проектів міжнародного співробітництва є реалізація заходів із забезпечення досягнення високої фінансової ефективності проектної діяльності. Варто зазначити, значна частка проблем

впровадження освітніх проектів міжнародного співробітництва на практиці прямо чи опосередковано відображається на величині витрат за проектом у цілому. На нашу думку, забезпечення підвищення фінансової ефективності впровадження освітнього проекту міжнародного співробітництва передбачає реалізацію діяльності за такими напрямами:

- підвищення фінансової ефективності втілення освітнього проекту міжнародного співробітництва на практиці неодмінно вимагає залучення до процесу розробки проекту висококваліфікованої досвідченої проектної команди, члени якої не допускать появи у планах проекту дублювання робіт, необґрутованих операцій, реалізації яких проект не потребує, але їх впровадження тягне за собою збільшення витратної частини бюджету;
- ефективне, з фінансової точки зору, практичне впровадження освітнього проекту міжнародного співробітництва однозначно передбачає формування бюджету за проектом виключно фахівцями з вищою освітою відповідного напряму підготовки, які мають великий досвід роботи у рамках освітніх проектів міжнародного співробітництва у межах конкретної країни;
- вагомим напрямом підвищення фінансової ефективності впровадження освітнього проекту міжнародного співробітництва на практиці є виділення у бюджеті проекту певної частки коштів, що становила б своєрідний резервний фонд, фінансові ресурси якого призначенні для покриття витрат, спричинених виникненням непередбачених, форс-мажорних обставин;
- підвищення фінансової ефективності проектної діяльності обов'язково вимагає здійснення ретельного контролю за використанням фінансових ресурсів протягом усіх фаз та етапів життєвого циклу освітнього проекту міжнародного співробітництва;
- важливим напрямом забезпечення досягнення фінансової ефективності реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва вважаємо обов'язкову розробку прогнозів розвитку фінансової та банківської систем у всіх країнах, що залучені до проектної діяльності, та неодмінне врахування цих прогнозів у ході розробки бюджетів за освітнім проектом міжнародного співробітництва;
- принциповим у досліджуваному контексті є врахування у бюджеті специфічних особливостей, властивих фінансовій діяльності у рамках тих країн, що є учасниками освітнього проекту міжнародного співробітництва, й особливо держави безпосередньої його практичної реалізації;
- беззаперечне дотримання законодавства у сфері фінансової і банківської діяльності, чинного на момент розробки та реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва в країнах-партнерах є невід'ємною умовою успішного його практичного впровадження з фінансової точки зору [4–5].

Нагальною потребою при підвищенні ефективності управління освітніми проектами міжнародного співробітництва вважаємо остаточне усунення ймовірності нецільового використання коштів за проектом. За умови якісно розробленого кваліфікованими досвідченими фахівцями бюджету, у ході практичної реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва чітке дотримання бюджету означає, як правило, високу фінансову ефективність його впровадження на практиці.

Ефективне управління освітнім проектом міжнародного співробітництва вимагає від проектного менеджера належного мотивування членів команди проекту зокрема та учасників проекту в цілому [2; 6]. Причому про мотивуванні персоналу варто дотримуватись індивідуального підходу. Менеджер проекту міжнародного співробітництва має стежити за узгодженням інтересів учасників проекту, їх цілей і бачення проекту та його результатів. Таким чином, акцент у даному випадку ставиться нами на ролі людського фактора, оскільки саме на членів команди освітнього проекту міжнародного спів-

робітництва покладається здійснення планової, організаційної, мотиваційної та контрольної діяльності. І, відповідно, рівень і якість освіти, знань, досвіду, умінь, навичок та здібностей членів проектної команди й учасників проекту суттєво впливає на ефективність реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва в цілому.

Підвищення ефективності реалізації освітнього проекту міжнародного співробітництва у сфері освіти і науки вимагає залучення до процесів його реалізації кваліфікованих фахівців, що у свою чергу передбачає впровадження наступних заходів: розробка і впровадження нових освітніх програм підготовки майбутніх працівників сфери інноваційної діяльності з регулярним оновленням навчальних планів відповідно до вимог сучасності; підвищення якісного рівня підготовки майбутніх працівників сфери інноваційної діяльності у галузі інформаційно-комунікативних технологій [3]; стимулювання молоді до активного залучення до науково-дослідної діяльності; розширення можливостей проходження студентами практики на підприємствах, що займаються інноваційною діяльністю; своєчасне внесення поправок і змін до існуючих програм підготовки проектних менеджерів у сфері інноваційної діяльності.

Таким чином, з огляду на глобалізацію економічної та науково-освітньої діяльності, незадовільні тенденції інноваційного розвитку України та доцільність спрямування освітніх проектів міжнародного співробітництва на досягнення стратегічних цілей розвитку національної економіки необхідним є уdosконалення управління проектною діяльністю на макрорівні. Основні напрями вдосконалення управління освітнім проектом міжнародного співробітництва на загальнодержавному рівні полягають у наступному: активна державна підтримка та стимулювання національних суб'єктів до участі у міжнародних проектах; відстоювання національних інтересів і цілей при реалізації проектної діяльності; пріоритетність впровадження інноваційних науково-технічних розробок; системне взаємоувгодження проектів різного рівня і програм; створення комплексної інформаційної системи науково-освітніх міжнародних проектів. До найбільш важливих напрямів підвищення ефективності практичного впровадження освітніх проектів міжнародного співробітництва на мікрорівні належать: оприлюднення та обговорення результатів проектної діяльності; узгодження інтересів учасників проектів; надання безоплатних консультаційних послуг вітчизняним суб'єктам проектів; уdosконалення системи морального заохочення найбільш активних членів проектних команд.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 4.07.2002 / Нормативні акти з фінансів, податків, страхування та бухгалтерського обліку [Текст]. — 2008. — № 19 (116). — С. 5–20.
2. Грей К. Ф., Ларсон Э. У. Управление проектами [Текст] : практ. пособ. — М. : Дело и Сервис, 2003. — 527 с.
3. Єрмошенко М. М. Проблеми державного регулювання інноваційного розвитку підприємств і шляхи їх розв’язання / Єрмошенко М. М. // Актуальні проблеми економіки. — № 3 (105). — 2010. — С. 45–54.
4. Каленюк І. С. Особливості управління на різних фазах життєвого циклу проекту / Каленюк І. С., Холявко Н. І. // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». — 2010. — № 41. — С. 36–42.
5. Каленюк І. С. Сутність і показники ефективності проекту / Каленюк І. С., Холявко Н. І. / Науковий вісник ЧДІЕУ. — 2009. — № 3 (4). — С. 4–13.
6. Мазур И. И., Шапиро В. Д., Ольдерогге Н. Г. Управление проектами [Текст] : учеб. пособ. / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге ; Под общ. ред. И. И. Мазура. — М. : ЗАО «Издательство "Экономика"», 2001. — 574 с. — (Современное бизнес-образование).

Холявко Н. І.

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ МЕЖДУНАРОДНОГО
СОТРУДНИЧЕСТВА**

В статье определены основные направления повышения эффективности реализации образовательных проектов международного сотрудничества. Особое внимание уделено важности данной деятельности для достижения целей национальной экономики в целом.

Ключевые слова: инновационное развитие, образовательный проект международного сотрудничества, эффективность, жизненный цикл проекта.

Holyavko N. I.

**INCREASE OF EFFICIENCY OF REALIZATION OF EDUCATIONAL
PROJECTS OF INTERNATIONAL COOPERATION**

The basic directions of increase of the efficiency of realization of the projects of educational international cooperation are determined in the article. The special attention is given to the importance of this activity for achievement of national economy purposes.

Key words: innovation development, educational project of international cooperation, efficiency, project life cycle.

УДК 378:055.6:338.48

Баглай О. І.

ЗНАЧУЩІСТЬ МІЖКУЛЬТУРНОГО СПІЛКУВАННЯ ДЛЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

У статті обґрунтовано значущість міжкультурного спілкування для майбутніх фахівців сфери туризму. Автором висвітлено сутність поняття «міжкультурне спілкування», досліджено, що комунікативний компонент спілкування виявляється в здатності чітко, зрозуміло і переконливо висловлювати свої думки та почуття, а також виділено критерії сформованості комунікативного компоненту культури міжкультурного спілкування майбутніх фахівців сфери туризму.

Ключові слова: спілкування, комунікація, міжкультурне спілкування, майбутні фахівці сфери туризму

У професійній підготовці майбутнього фахівця сфери туризму формування іншомовної соціокультурної компетенції набуває важливості не тільки як засіб підвищення готовності майбутнього фахівця до міжкультурного спілкування, але і як засіб виховання його особистості. Такий процес нерозривно поєднаний з новим усвідомленням своєї національної культури, більш глибоким її розумінням. Позитивне ставлення до народу-носія іноземної мови, іншомовної культури, характерним для нього поглядам, настановам, системі цінностей, якими б незвичними вони іноді не здавались, сприяє розвитку терпимості до несхожості, чужої думки, відкритості — рисам, необхідним у спілкуванні. Вміння аналізувати соціокультурні явища, утримуючись від прямих оцінок, пояснювати і розуміти їх набувають особливого значення у вихованні необхідних якостей. У цьому аспекті: «Важливо вміти не надавати переваги одній культурі над іншою, не принижувати досягнення рідної культури, не романтизувати зайвою мірою чужу культуру чи навпаки» [7, с. 251]. Відмінності повинні виявлятися не як переваги, а як елементи загального співіснування у контексті універсальності суспільного буття.

Варто зазначити, що важливий внесок у вивчення міжкультурного спілкування зробили Ф. Бацевич, Н. Якса, Н. Крипон, Я. Довгополова, В. Кузьменко, Г. Локарєва, М. Галицька, Л. Гапоненко та ін.

Метою даної статті є обґрунтування значущості міжкультурного спілкування для майбутніх фахівців сфери туризму.

Спочатку розглянемо сутність термінів «спілкування» та «професійне спілкування».

Спілкування є процесом взаємодії та взаємостосунків, за якого відбувається обмін інформацією, діяльністю, емоціями, вміннями, навичками, воно виконує такі важливі функції: контактну, інформативну, координуючу, спонукальну, виховну та інші. Різно-аспектність спілкування, яке можна розглядати, як «єдність комунікації, інтеракції та перцепції» [10, с. 437], дозволяє виділити його різні типи і види. Комунікація — це обмін інформацією, що є значущою для учасників спілкування. Важливо зазначити, що саме у процесі комунікації розвивається уміння долати виникаючі складності, комунікативні бар’єри. Інтеракція — організація взаємодії між людьми (поведінковий аспект спілкування). Перцепція — процес сприйняття та взаєморозуміння один одного партнерами по спілкуванню.

Процес спілкування відбувається у трьох напрямах (або як їх ще називають планами): комунікативному, перцептивному та інтерактивному, які відображають структуру спілкування (за Г. Андреєвою). Комунікативна складова полягає в обміні інформацією між учасниками процесу спілкування; інтерактивна — в обміні не лише знаннями, ідеями, але й діями; перцептивна — означає сприймання партнерами один одного й

встановлення взаєморозуміння [1]. У контексті міжкультурної взаємодії зростає значущість саме перцептивної складової, адже, сприймаючи інших людей, особистість користується тими образами, які утворилися в минулому досвіді, що полегшує їй процес спілкування. Вже під час комунікативного процесу цей образ може трансформуватися. Такий механізм, за образним виразом М. Джелерієвської, забезпечує особистість «ключами», які полегшують процес міжособистісного сприймання [2].

Характер спілкування змінюється залежно від роду діяльності і того, як воно перебігає. Якщо на певному етапі виявляється, що для успішного вирішення поставлених завдань однієї можливості спілкування вже недостатньо, виникає потреба пошуку нових форм і засобів спілкування. Набуваючи цілеспрямованого прикладного характеру, спілкування перетворюється у професійне. Проте, залежно від наявності спільніх інтересів професійне спілкування може бути діловим і неділовим. Професійне ділове спілкування властиве групі людей, яких об'єднують спільні інтереси, при обговоренні яких вони виявляють свою компетентність. Тому, такий вид спілкування є дуже важливий для будь-якої професійної діяльності, оскільки воно перетворюється в засіб і умову вирішення проблем або завдань, тобто «професійне спілкування — це встановлення міжсуб'єктної взаємодії за допомогою знань про спілкування, урахування умов їх застосування за допомогою розвинутих комунікативних умінь і навичок» [9, с. 9]. Культура професійного спілкування синтезує в собі комплекс знань, цінностей, способів поведінки, необхідних у ситуаціях ділового спілкування, та умінь гнучко реалізовувати їх на практиці з метою забезпечення ефективної спільної діяльності. Отже, ефективне виконання службових обов'язків потребує системи знань, вмінь і навичок, від рівня сформованості яких залежить якість професійного спілкування.

В. Кузьменко розглядає міжкультурне спілкування як «процес обміну інформацією між окремими особистостями та групами людей, що мають суттєві відмінності у сприйнятті та поведінці» [4, с. 48], важливо, щоб ці відмінності не призводили до непорозумінь і конфліктів. У випадку міжнаціональної взаємодії все набагато складніше, адже має відбутися діалог (полілог) багатьох національних культур, кожна з яких відрізняється рівнем показників національного патріотизму. Оскільки культура міжнаціонального спілкування всередині національного виявиться практично не може, для цього необхідні міжнаціональні взаємодії.

Культуру міжнаціонального спілкування розуміють як «органічну частину духовної культури, сукупність світоглядних цінностей, що охоплює, з одного боку, знання й повагу до історії, культури, мови й особливостей свого народу, з другого боку — терпиме ставлення до національно-культурних цінностей інших народів, що виявляється в знаннях, психологічній схильності й позитивних поведінкових установках людини» [3, с. 16].

Міжкультурне спілкування відбувається між носіями різних культур, в ході якої комуніканти проявляють свій досвід, знання і цінності, тим самим виявляючи суть культури. Тому, більшість зарубіжних учених розглядає його як взаємодію між представниками різних культур, яка має подвійну природу — це особлива галузь людських відносин, яка об'єднує комунікацію і культуру. Спираючись на концептуальні положення психологів можна визначити міжкультурне спілкування як взаємодію культур, що здійснюються в певному просторі і часі; культурні контакти, що набувають різних форм, знаходять своє вираження у зіткненні, синтезі, додатковій інформації, діалозі, отримують своє вираження через мову; у даному вигляді комунікації відбуваються через мову, культуру і особистість.

Сфера туризму є сферою глобальної міжособистісної комунікації, котра підготовлює, забезпечує, поширяє та поглиблює взаємодію соціумів, етносів, народів, країн.

«Туризм виконує важливу роль у мережі гуманістично орієнтованої комунікації, котра є засобом і регулятором взаємодії між суспільними організмами, які належать до найрізноманітніших соціальних систем, гуманізуючи відносини між ними, зближуючи їхні ціннісні орієнтації, розширяючи можливості узгодження, координації їхніх сумісних дій відповідно до природних, економічних, соціальних, політичних, історичних, культурних умов кожного з них» [11, с. 13]. Забезпечення такої взаємодії неможливе без знання іноземних мов.

У діяльності, пов’язаній із знанням іноземних мов, розрізняють дві сфери: діяльність всередині країни і за кордоном [5, с. 58]. Діяльність всередині країни включає такі види: читання спеціальної літератури -журналів, часописів, книг, брошур, контрактів, патентів, договорів, планів (такого роду література є практично у всіх професійних сферах); робота з діловою кореспонденцією відповідно до спеціалізації; переклад нескладних спеціалізованих текстів, для яких не потрібний кваліфікований перекладач; досконала мова під час телефонних переговорів; спілкування на професійному рівні при відвідуваннях іноземцями якого-небудь підприємства. Діяльність за кордоном здійснюється через: спілкування мовою країни перебування; здійснення контактів і їх підтримка в політичному і економічному аспектах; робота з кореспонденцією загального або спеціального роду, що надходить; переклади складних текстів (письмово або усно) під час різних громадських заходів, співпраця з різними міжнародними організаціями; спілкування мовою країни під час ярмарків, виставок, конференцій, з’їздів, конгресів.

Тому, важливим компонентом професійного міжкультурного спілкування для майбутніх фахівців сфери туризму, який визначає сучасні цілі професійної діяльності є міжкультурна комунікація. Розглянемо сутність поняття «міжкультурна комунікація».

Термін «міжкультурна комунікація», наведено у словнику термінів міжкультурної комунікації розглядається як «процес спілкування (верbalного і невербалного) людей (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило, послуговуються різними ідіоетнічними мовами, відчувають лінгвокультурну «чужинність» партнера по спілкуванню, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні». Міжкультурна комунікація характеризується тим, що її учасники у випадках прямого контакту використовують засоби мовного коду з культурно-специфічними смислами, а також стратегії і тактики спілкування, які відрізняються від тих, котрими вони користуються у випадках інтеракції всередині однієї культури. Якщо розглядати специфіку міжкультурної комунікації у контексті лінгвістичних досліджень, то вона має міждисциплінарну природу, тісні зв’язки з проблематикою, перш за все комунікативної лінгвістики, лінгвокультурології, соціо- та етолінгвістики. Предмет дослідження теорії міжкультурної комунікації формується на грунті комунікативних, у своїй основі лінгвопрагматичних, основ інтеракції носіїв різних ідіоетнічних культур з обов’язковим виходом на порівняння і виявлення відмінностей їх психо-соціо-когнітивних засад, які виявляються у вживанні культурно-специфічних понять [12, с. 9].

Комунікативний компонент культури міжкультурного спілкування виявляється в здатності туриста та його співрозмовника чітко, зрозуміло і переконливо висловлювати свої думки та почуття за допомогою верbalних і неверbalних засобів спілкування. Критеріями сформованості комунікативного компоненту культури міжкультурного спілкування є:

— правильність мовлення — знання й уміння дотримуватися прийнятих у сучасній суспільно-мовленнєвій практиці мовних норм (орфоепічних, лексичних, граматичних, стилістичних);

- точність мовлення — зрозумілість висловлень для партнерів по комунікації, адекватність слів або синтаксичних конструкцій об'єктивній дійсності;
- логічність мовлення — володіння технікою смислової зв'язності, тобто логікою викладу, за якої не виникає суперечностей, а також знанням мовних засобів, якими можна оформити думку;
- доречність мовлення — вміння добирати найбільш точні, доречні в даній ситуації мовні засоби з урахуванням мети, умов, сфери спілкування та психічного стану партнера комунікації;
- виразність мовлення — вміння естетично, оригінально і яскраво висловлювати свої думки;
- знання та дотримання етикетних норм і правил мовлення [6]. Вторинна соціалізація сприяє розвитку вже надбаної культурної компетенції й переходу її у міжкультурну компетенцію. Цей процес додатково потребує здібності до аналізу та сприйняття інших культур. Тому, ще одним чинником формування іншомовної соціокультурної компетенції є «надбання знань про природу проблеми міжкультурної комунікації, про існування міжкультурних відмінностей» [7, с. 252]. І в цьому аспекті є важливим вибір суб'єктом способів спілкування.

Зростаюче значення туризму може забезпечуватися і розширенням «асортименту» туристичних подорожей, позиціюванням турпродукту у нових сегментах міжнародного туристичного ринку, орієнтацією на нові цільові аудиторії споживачів. З огляду на це, найбільш гуманістичну інтенцію мають такі різновиди туризму, як культурно-історичний, освітянський, релігійний, «ностальгічний», «зелений», адже вони здатні залучати велику кількість людей. «Залучення до туристичної активності різних верств населення планети значно збільшить кількість каналів крос-культурної комунікації, що, безперечно, сприятиме взаєморозумінню народів, перетворенню ще «закритих» суспільств на більш відкриті, на такі, що поступово і добровільно залучаються до світового товариства, сприяючи тим самим інтеграції людства на засадах толерантності та гуманізму» [8, с. 53]. У цьому аспекті підвищення туристичної активності сприяє глобалізації міжособистісної комунікації.

Оскільки у процесі міжсуб'єктної взаємодії беруть участь особистості, дії яких залежать від їх особистісних якостей та реакції на ситуацію, культура професійного спілкування розглядається як єдність двох взаємопов'язаних, але якісно своєрідних підструктур: особистісної та поведінкової. Кожна з них впливає на вибір суб'єктом способів спілкування. Особистісна підструктура включає в себе мотиваційно-ціннісні установки, професійні орієнтації, які визначають спрямованість його спілкування, вибір тих чи інших способів взаємодії з співробітниками. Поведінкова, або операційно-дійова, підструктура охоплює способи організації професійної взаємодії з партнерами, вербалні та невербалні засоби спілкування, комунікативні стратегії та прийоми впливу на підлеглих [4, с. 6]. Рівні освітньої, моральної і культурної підготовленості суб'єктів, а також їх цільова, мотиваційна та тематична налаштованість на ту чи іншу комунікацію визначають рівень і глибину безпосереднього міжкультурного спілкування. Проте, для цього має бути бажання розкрити власну екзистенцію та узгодити її з екзистенцією партнера, враховуючи, що він є представником іншої соціокультурної спільноти [11, с. 11].

Результат міжкультурного спілкування не зникає безслідно, а зберігається у соціокультурній пам'яті суб'єктів і є відправною точкою наступної комунікації суб'єкта, що супроводжується зображенням внутрішнього культурно-духовного світу в межах власного соціокультурного середовища. Внаслідок цього зміст і основні ідеї іншої культури та способу життя певною мірою стають «своїми», «привласнюються». Отже, хоча у туристичному спілкуванні бере участь лише певна частина членів того чи іншого соціуму, проте

міжкультурне спілкування між соціумами та народами аж ніяк не вичерпується результатами спілкування безпосередніх учасників туристичної подорожі, а розповсюджується на обидва соціуми або переважну їх частину.

Таким чином, міжкультурне спілкування відіграє пріоритетну роль для майбутніх фахівців сфери туризму, адже високий рівень розвиненості комунікативних навиків міжкультурного спілкування є потужним резервом та важливою передумовою становлення майбутнього фахівця сфери туризму як професіонала своєї справи та запорукою успішної професійної діяльності.

Література

1. Андреєва Г. М. Социальная психология [Текст] / Г. М. Андреева. — М. : Аспект Пресс, 2001. — 384 с.
2. Джелериевская М. А. Установки коммуникативного поведения: диагностика и прогноз в конфликтных ситуациях [Текст] / М. А. Джелериевская. — М. : Смысл, 2000. — 191 с.
3. Довгополова Я. В. Формування толерантних відносин студентів у полікультурному середовищі вишого навчального закладу [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.05 / Я. В. Довгополова. — Луганськ, 2007. — 20 с.
4. Кузьменко В. В. Формування полікультурної компетентності вчителів загальноосвітньої школи [Текст] : навч. посіб. / В. В. Кузьменко, Л. А. Гончаренко. За ред. Кузьменка В. В. — Херсон : РІПО, 2006. — 92 с.
5. Кнодель Л. В. Роль и место иностранных языков в общей системе подготовки профессиональных кадров для сферы туризма в Германии [Текст] / Л. В. Кнодель // Сучасні технології викладання іноземних мов у професійній підготовці фахівців. — К. : КІТЕП, 2000. — С. 54–73.
6. Лівенцова В. А. Формування культури професійного спілкування у майбутніх менеджерів невиробничої сфери [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.04 / В. А. Лівенцова. — Вінниця, 2002. — 20 с.
7. Лощенова І. Ф. До проблеми формування іншомовної соціокультурної компетенції / Професіоналізм викладача вищої школи [Текст] / І. Ф. Лощенова // Освітні технології (до 90-річчя заснування МДУ) : Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. — Миколаїв : ІЛОН, 2004. — С. 250–252.
8. Пазенок В. С. Філософія туризму [Текст] : навч.-метод. посіб. / В. С. Пазенок, В. К. Федорченко. — К. : Кондор, 2004. — 268 с.
9. Радомський І. П. Формування культури професійного спілкування у майбутніх офіцерів МВС України в процесі навчання [Текст] : автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.04 / І. П. Радомський. — Вінниця, 2007. — 20 с.
10. Сисоєва С. О. Психологія та педагогіка [Текст] : підруч. / С. О. Сисоєва, Т. Б. Поясок. — К. : Мілениум, 2005. — 520 с.
11. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами [Текст] : автореф. дис. ... канд. філос. наук: спец. 09.00.03 / Е. В. Слободенюк. — О., 2003. — 19 с.
12. Словник термінів міжкультурної комунікації / Ф. С. Бацевич. — К. : Довіра, 2007. — 208 с.

Баглай О. И.

ЗНАЧИМОСТЬ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ ДЛЯ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА

В статье обоснована значимость коммуникативного подхода для будущих специалистов сферы туризма. Автором рассмотрено сущность понятия «межкультурное общение». Доказано, что коммуникативный компонент межкультурного общения состоит в способности четко, ясно и убедительно излагать свои мысли и чувства, а также выделены критерии сформированности коммуникативного компонента культуры межкультурного общения будущих специалистов сферы туризма.

Ключевые слова: общение, коммуникация, межкультурное общение, будущие специалисты сферы туризма.

Baglay O. I.

MEANINGFULNESS OF MIZHKUL'TURNOGO INTERCOURSE IS FOR FUTURE SPECIALISTS OF SPHERE OF TOURISM

The article stresses the importance of the communicative approach for future professionals of tourist sphere. The author highlights the essence of the concept of «intercultural intercourse». The author proves the fact that communicative component of intercultural intercourse shows the ability to communicate clearly and convincingly, expressing one's thoughts and feelings, and distinguishes the criteria of formation of the communicative component of culture of intercultural communication of future specialists of tourist sphere.

Key words: intercourse, communication, intercultural intercourse, future specialists of tourist sphere.

УДК 330.43

Дуда Н. З., Цегелик Г. Г.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ ТА ЙОГО НАСЛІДКИ

Проаналізовано ефективність фінансового забезпечення вищих навчальних закладів України за останні роки. Проведено математичне моделювання бюджетного фінансування вищої освіти України.

Ключові слова: державний бюджет, видатки на освіту, часові тренди

Освіта — цілеспрямована пізнавальна діяльність людей з отриманням знань, умінь, або щодо їх вдосконалення та призначена, щоб дати новому поколінню початкові знання культури, формуючи поведінку у дорослому житті і допомагаючи у виборі можливої ролі в суспільстві. У широкому сенсі слова, освіта — процес або продукт «...формування розуму, характеру або фізичних здібностей особистості». Тому, глобальні динамічні зміни в суспільно-економічному розвитку зумовлюють стратегічні завдання і визначають головні напрями розвитку і оновлення освіти, зокрема вищої. Вища школа робить значний внесок у формування економіки і розвиток громадянського демократичного суспільства. Вища освіта забезпечує відтворення і розвиток інноваційного потенціалу економіки, тому видатки на освіту визнаються одними з найважливіших інвестицій у людський капітал. Дана галузь практично не має доходів і свою діяльність провадить на основі видатків відповідного бюджету. Необхідність збільшення обсягів бюджетних коштів, що вкладаються у розвиток освіти, спричинена завданнями підвищення ефективності та конкурентоспроможності економіки, структурними зрушеннями у сфері зайнятості, що визначають постійну потребу у підвищенні кваліфікації та підготовці кадрів, зростанні їх професійної мобільності. Існування зазначених факторів спричиняє необхідність пошуку нових підходів до вирішення питань бюджетного фінансування освіти як важливої складової людського капіталу [1].

Низку теоретичних і практичних аспектів, пов'язаних з дослідженням проблем фінансування освіти в Україні, знайшли відображення у науковій літературі. Питанням фінансування вищої освіти присвячено праці Л. Леваєвої, В. Остудімової, В. Сафонової та ін.; фінансуванню освіти в умовах фінансової кризи — Т. Іляшенко та І. Радіонової та ін. Однак стрімкі соціально-економічні перетворення, а також зрушення у світових тенденціях державного фінансування освітніх послуг, потребують подальшого дослідження особливостей фінансового забезпечення освіти в Україні на сучасному етапі її соціально-економічного розвитку [1].

Проблеми розвитку сучасної системи освіти вивчають такі вчені, як В. Андрущенко, І. Вакарчук, В. Кремень, С. Ніколаєнко, О. Ляшенко; в працях Т. Боголіб, І. Кичко, В. Буковинського та ін. розглянуті питання вдосконалення системи фінансування [2].

Метою цього дослідження є аналіз забезпеченості вищих навчальних закладів України фінансовими ресурсами та використання часових трендів для моделювання та прогнозування динаміки загальних і соціальних видатків на освіту.

За роки становлення незалежної України відбулися глибокі зміни у різних сферах суспільства і господарського життя, зокрема у сфері науки і освіти. На певному етапі ринкової трансформації науку мало не відсторонили взагалі від бюджетного фінансування. Фактичні видатки з державного бюджету на наукові дослідження і розробки зменшилися з 2,3 % валового внутрішнього продукту (ВВП) у 1990 році до 0,22 % в 1999 році, знову зросли до 0,39 % ВВП у 2003 році. Частка державних видатків

на освіту у ВВП сягала 5,6 % у 1992 . За часів незалежності цей показник становив у середньому 5,8 % і за останнє десятиліття коливався від 4,3 % у 1999 році до 8,4 % у 2010 році. До кінця десятиліття витрати на науку зросли до 0,5 % від ВВП, на освіту — 6 %, але з урахуванням інфляції вони є вкрай недостатніми [6].

Недофінансування вузівської та галузевої науки призвело до того, що чимало науковців зі ступенями і званнями подалися в пошуках кращої долі за межі України, спричинивши відлив інтелектуального капіталу країни. Як наслідок, значна кількість вітчизняних наукових розробок була присвоєна іншими державами.

Недостатнє фінансування освіти є першопричиною поганої якості освіти, зокрема, у вищих навчальних закладах. Значна частина випускників на-вчальних закладів не може знайти роботу і вимушено змінює кваліфікацію за допомогою центрів зайнятості. У незадовільному стані гуртожитки, спортив-ні та культурні споруди. Знижується рівень підготовки фахівців вищої квалі-фікації в аспірантурі і докторантурі.

Стримуючим чинником розвитку вищої школи є відсутність науково обґрунтованих критеріїв матеріально-технічного та фінансового забезпечення [4].

Розглянемо дані про фінансування освіти за 2004–2011 [7] (табл. 1).

Таблиця 1

Роки	Загальна сума витрат млн грн.	У тому числі за рахунок коштів	
		Загального фонду	Спеціального фонду
2004 (1)	7200	4279	2921
2005 (2)	9933	6436	3497
2006 (3)	12122	7820	4302
2007 (4)	15149	9834	5316
2008 (5)	21554	14776	6778
2009 (6)	23925	16523	7402
2010 (7)	24051	15353	8853
2011 (8)	22756	15004	7752

Як видно з табл.1, фінансування освіти відбувається за рахунок коштів загального та спеціального фондів держбюджету.

Складовими частинами загального фонду бюджету є:

- всі доходи бюджету, крім тих, що призначені для зарахування до спеціального фонду бюджету;
- всі видатки бюджету, що здійснюються за рахунок надходжень загального фонду бюджету;
- кредитування бюджету (повернення кредитів до бюджету без визначення цільового спрямування та надання кредитів з бюджету, що здійснюється за рахунок надходжень загального фонду бюджету);
- фінансування загального фонду бюджету.

Складовими частинами спеціального фонду бюджету є:

- доходи бюджету (включаючи власні надходження бюджетних установ), які мають цільове спрямування;
- видатки бюджету, що здійснюються за рахунок конкретно визначених надходжень спеціального фонду бюджету (у тому числі власних надходжень бюджетних установ);

— кредитування бюджету (повернення кредитів до бюджету з визначенням цільового спрямування та надання кредитів з бюджету, що здійснюється за рахунок конкретно визначених надходжень спеціального фонду бюджету);

— фінансування спеціального фонду бюджету [5].

З табл.1 видно, що приріст видатків на освіту зростав до 2009 року, незважаючи на посткризовий період, але з 2010 року видатки на освіту зменшилися, причому зі спеціального фонду останні зменшилися з 2011 року. Динаміку видатків можемо побачити на рис. 1.

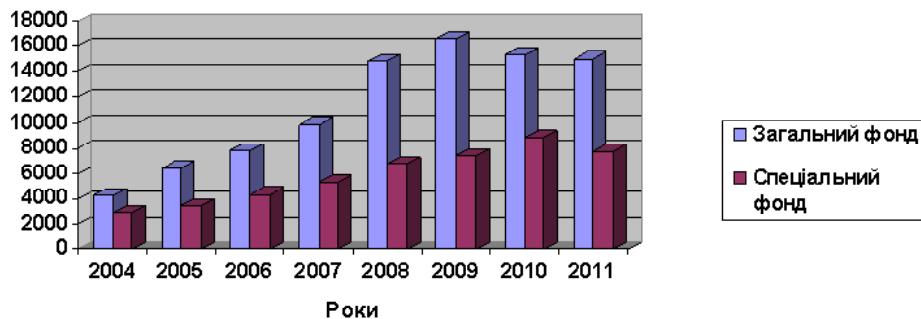


Рис. 1. Зведенна діаграма динаміки видатків на освіту

Побудовано квадратичну модель динаміки видатків на освіту [3]:

$$y = a_0 + a_1x + a_2x^2$$

Невідомі параметри знаходили методом найменших квадратів, тобто мінімізуючи суму квадратних відхилень фактичних даних від теоретичних

$$F(a_0, a_1, \dots, a_p) = \sum_{i=1}^n (y_i - \tilde{y}_i)^2 \rightarrow \min, \quad (1)$$

де p — кількість невідомих параметрів у рівнянні;

y_i — реальні значення про-гнозованого показника;

\tilde{y}_i — теоретичні значення;

n — кількість спостережень. У випадку квадратичної апроксимації умова (1) має вигляд :

$$F(a_0, a_1, a_2) = \sum_{i=1}^n (y_i - a_0 - a_1x_i - a_2x_i^2)^2 \rightarrow \min.$$

Для знаходження коефіцієнтів a_0 , a_1 , a_2 одержали систему рівнянь

$$\left\{ \begin{array}{l} \sum_{i=1}^n y_i = n a_0 + a_1 \sum_{i=1}^n x_i + a_2 \sum_{i=1}^n x_i^2, \\ \sum_{i=1}^n y_i x_i = a_0 \sum_{i=1}^n x_i + a_1 \sum_{i=1}^n x_i^2 + a_2 \sum_{i=1}^n x_i^3, \\ \sum_{i=1}^n y_i x_i^2 = a_0 \sum_{i=1}^n x_i^2 + a_1 \sum_{i=1}^n x_i^3 + a_2 \sum_{i=1}^n x_i^4. \end{array} \right.$$

Нами побудована модель динаміки видатків на освіту із загального фонду державного бюджету. Ця модель має вигляд:

$$y = -330,54 + 3900,09x - 233,99x^2.$$

Квадратична апроксимація динаміки видатків на освіту із загального фонду державного бюджету наведена на рис. 2.

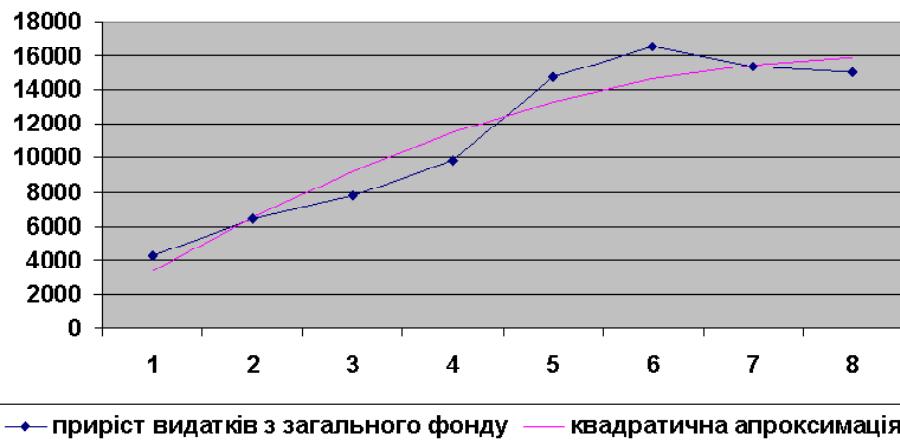


Рис. 2. Квадратична апроксимація динаміки видатків на освіту із загального фонду державного бюджету

Для апроксимації динаміки видатків на освіту з спеціального фонду державного бюджету нами побудована квадратична модель вигляду

$$y = 1392,70 + 1305,99x - 50,72x^2.$$

Квадратична апроксимація динаміки видатків на освіту з спеціального фонду державного бюджету наведена на рис. 3.

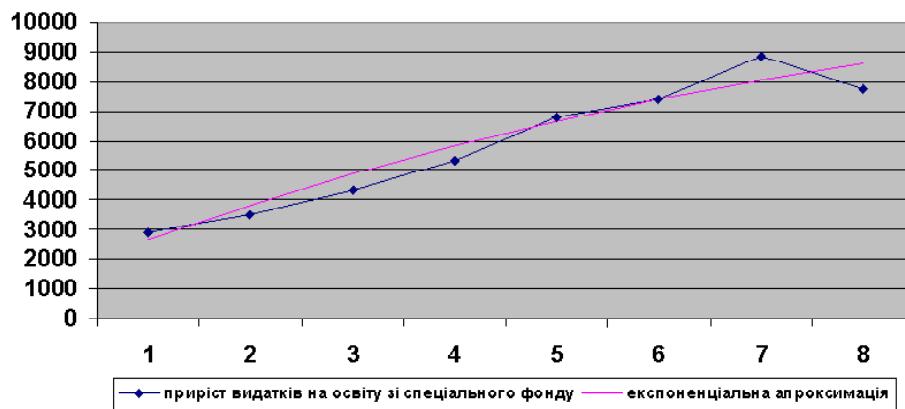


Рис. 3. Квадратична апроксимація динаміки видатків на освіту з спеціального фонду державного бюджету

Коефіцієнти кореляції для побудованих моделей відповідно становлять $R_1 = 0,957$ та $R_2 = 0,996$. Оскільки значення цих коефіцієнтів близькі до одиниці, то на основі цих моделей нами зроблений прогноз показників на 2012–2015 роки. Значення цих показників наведені в табл. 2.

Як видно з табл. 2, прогнозовані видатки на освіту із загального фонду державного бюджету мають тенденцію до зменшення. Прогнозовані видатки спеціального фонду навпаки будуть незначно зростати. Дано ситуація пояснюється самим визначенням «спе-

Таблиця 2

Роки	Витрати на освіту із загального фонду	Витрати на освіту зі спеціального фонду
	млн. грн.	
2012	15817	9038
2013	15271	9381
2014	14258	9622
2015	12776	9761

ціальний фонд». Адже виграні гранти та отримані подарунки освітянами можуть бути і від іноземних спонсорів, яких все більше і більше цікавлять як випускники, так і наукові розробки українських вузів.

Згідно з прогнозом фінансування освіти із загального фонду державного бюджету має тенденцію до зменшення, а зі спеціального фонду — до незначного зростання. На основі цих даних можна рекомендувати такі шляхи вирішення проблеми забезпечення фінансовими ресурсами вищої освіти.

— активізувати роботу вузів з оформленням запитів на проекти, що фінансуються позабюджетними фондами та міжнародними грантами;

— розширення господарської тематики вузів;

Як результат наукові досягнення студентів та викладачів українських вузів будуть працювати для українських підприємств, вузи будуть мати додаткове джерело фінансування, студенти додатковий стимул до розвитку свого наукового мислення.

Література

1. Комарова I. В. Фінансування освіти в Україні з бюджетів різних рівнів [Текст] : Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу / М-во осв. і наук. України, Бердян. універ. мен. і тур. ; [редкол. : Р. Х. Васильєва та ін.]. — Бердянськ : БУМБ, 2011. — № 2 (14). — С. 125.
2. Комарчин О. В., Скоропад І. С. Витрати державного бюджету на освіту [Текст] : Науковий вісник НЛТУ України / М-во осв. і наук. України, Нац. лісотех. універ. України ; [редкол. : Адамовський М. Г. та ін.]. — Львів : НЛТУ, 2011. — Вип. 21.7. — 364 с.
3. Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. Економетрика [Текст] : підруч. / Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. — Київ : Знання , КОО, 1998 . — 494 с.
4. Яструбський М. Я. Управління фінансовими ресурсами вищих навчальних закладів в умовах трансформації економіки України [Текст] : авто-реф. дис. канд. екон. наук: 08.04.01 / Михайло Ярославович Яструбський : [ЛНУ ім. І. Франка]. — Львів, 2005. — 20 с.
5. Бюджетний кодекс України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
6. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
7. Звіти про виконання Державного та місцевих бюджетів України за 2004–2011 роки [Електронний ресурс] / Державне казначейство України, Міністерство фінансів України. — Режим доступу : <http://budget.rada.gov.ua/kombjudjet/control/uk/doocatalog>.

Цегельник Н. З. Дуда, Г. Г.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ УКРАИНЫ И ЕГО ПОСЛЕДСТВИЯ

Проанализировано эффективность финансового обеспечения высших учебных заведений Украины за последние годы. Проведено математическое моделирование бюджетного финансирования высшего образования Украины.

Ключевые слова: государственный бюджет, расходы на образование, часо-вые тренды

Dyda N. Z., Tsegelyk G. G.

**FINANCIAL PROVIDING OF HIGHER EDUCATIONAL
ESTABLISHMENTS OF UKRAINE AND CONSEQUENCES FROM IT**

The efficacy of the financial support universities of Ukraine is analysed in the last few years. The mathematical modeling of the budget financing of higher education in Ukraine is conducted.

Keywords: state budget, expenditure on education, temporal trends

Розділ 10.
ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

Паньків Н.Є.

**V ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
 «НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ У ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЯХ
 ТА ЯКІСТЬ І БЕЗПЕЧНІСТЬ ПРОДУКТІВ»**

Інтенсивний розвиток науки і техніки у світі та Україні вимагає вдосконалення існуючих і пошуку нових технологій виготовлення продуктів харчування; переходу існуючих виробництв на енергозберігаючі види технологій; вдосконалення апаратів та обладнання; розробки й впровадження систем управління якістю та безпечністю продуктів харчування і послуг ресторанного господарства.

Обговорення питань щодо сучасних новітніх тенденцій розвитку технологій харчових продуктів, вдосконалення процесів та апаратів харчової промисловості, розширення асортименту, поліпшення якості і безпеки продуктів харчування та послуг відбулось 10–11 квітня 2013 р. у Львівському інституті економіки і туризму (на факультеті туризму, готельної та ресторанної справи) на V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів».

На конференції були представлені доповіді за такими напрямами:

1. Інтенсифікація нових технологій продуктів харчування; інноваційні тенденції покращення якості та безпеки товарів, інноваційні технології виробництва продуктів з функціональними властивостями.

2. Ефективність виробництва переробних галузей, ресурсозберігаючі технології, обладнання харчових виробництв.

3. Новітні форми та методи обслуговування, готельно-ресторанний сервіс у туристичній галузі.

4. Підвищення економічних показників у харчових технологіях та ресторанному сервісі.
 У рамках конференції було проведено пленарне та два секційних засідання:

1. Інноваційні тенденції технологій харчових виробництв, поліпшення якості та безпеки продуктів харчування;

2. Прогресивні тенденції та економічна ефективність діяльності в харчових технологіях і готельно-ресторанній індустрії.

Роботу пленарного засідання відкрив привітанням учасників конференції ректор інституту Ігор Омелянович Бочан. Виступили з доповідями на пленарному засіданні представники: Департаменту агропромислового розвитку Львівської облдержадміністрації; Тернопільського національного технічного університету ім. І. Пуллю та лабораторії «CSK food enrichment — Ukraine Ltd».

Загалом, у роботі конференції, окрім науковців Львівського інституту економіки і туризму, брали участь представники Сумського національного аграрного університету, Одеської національної академії харчових технологій, Чернігівського відділення ПАТ «Sun InBev Україна», Національного університету харчових технологій, Полтавського

університету економіки і торгівлі, Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, а також Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького, Львівської комерційної академії та Львівського національного аграрного університету.

Дослідження, проведені учасниками конференції, доводять, що розробка новітніх та інноваційних технологій, вдосконалення апаратного забезпечення харчових виробництв, формування екологічних аспектів організаційно-виробничої діяльності підприємств, розроблення та вдосконалення методик дослідження у цій галузі — важлива проблема сучасної науки.

Харчування людини є найбільш суттєвим чинником, який безпосередньо впливає на її здоров'я. Повоночінне харчування передбачає використання компонентів, раціональне поєдання яких здатне максимально задовольнити потребу організму в поживних та біологічно активних речовинах.

На жаль, за останні роки якість харчування населення України значно погіршилася. Змінилася структура добових продуктових наборів, зменшилося споживання м'ясних і молочних продуктів, овочів і фруктів, що призвело до значного відхилення від рекомендованих норм фізіологічної потреби в основних нутрієнтах і енергоцінності раціонів, недостатнього і розбалансованого харчування.

Учасники конференції рекомендували покращувати раціон харчування населення завдяки споживанню виробів функціонального призначення, що містять збалансовану кількість необхідних макро- і мікронутрієнтів, біологічно-активних речовин, антиоксидантів. А саме — пектинові біодобавки, новітні біотехнологічні ферментні препарати, білкові композиції на основі амарантового борошна, тощо.

Загалом, після обговорення доповідей щодо сучасних новітніх тенденцій розвитку технологій харчових продуктів, учасники конференції прийняли резолюцію із практичними рекомендаціями: активізації розвитку та підвищення ефективності виробництва; впровадження у сферу виробництва продуктів харчування інноваційних технологій; поглиблення дослідження щодо розвитку виробництва харчових продуктів на основі рослинних білків; інтенсифікації дослідження у напрямку вивчення оздоровчих властивостей рослинних олій, зокрема лляної, впливу антиоксидантів спецій та інших чинників на зберігання олій; розширення напрямків досліджень щодо розроблення оздоровчих продуктів екологічної спрямованості.

Науковці запропонували запровадити спільні дослідження у галузі харчових технологій на профільних кафедрах вищих навчальних закладів, у лабораторіях, науково-дослідних установах, на підприємствах харчової промисловості та залучити до виконання науково-дослідних та практичних досліджень студентів; вивчати передовий досвід наукових досягнень з метою формування кваліфікованих фахівців. Акцентували увагу на необхідності застосування компетентнісного підходу у сфері вищої педагогічної освіти, який потребує подальшого наукового дослідження, оскільки вимагає від учасників навчально-виховного процесу кардинальних інноваційних змін не лише у структурі та змістовному наповненні, але й в організації навчально-виховного процесу для студентів вищої школи з метою формування фахівців нової формациї, здатних реалізувати свій потенціал у професійній діяльності.

Отож, молоді науковці висвітлили свою думку щодо необхідних інноваційних впроваджень у сфері харчових технологій та покращення якості і безпеки продуктів харчування та послуг. Тож, прислухаймося до практичних рекомендацій учасників конференції.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

<i>Адамишин Оксана Михайлівна</i>	аспірант Інституту українознавства ім. І Крип'якевича НАН України
<i>Андрушко Руслана Петрівна</i>	к. е. н. доц. Львівський національний аграрний університет
<i>Анісімович-Шевчук Ольга Зенонівна</i>	к. політ. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Баглай Оксана Ігорівна</i>	викладач-стажист, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Бакунов Олександр Олексійович</i>	к. е. н., доцент, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського
<i>Бегей Оксана Ігорівна</i>	к. і. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Безручко Любомир Степанович</i>	к. геогр. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Берест Роман Ярославович</i>	д. і. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Бігус Мар'яна Михайлівна</i>	викладач-стажист, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Бомба Мирослав Ярославович</i>	д. с.-г. н., професор, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Бочан Ігор Омелянович</i>	ректор Львівського інституту економіки і туризму, д. е. н., професор, Заслужений працівник освіти України, Академік академії вищої освіти України
<i>Брижсань Ірина Анатоліївна</i>	к. е. н., доцент, Полтавський національний технічний університет ім. Юрія Кондратюка
<i>Вайданич Тетяна Василівна</i>	старший викладач, Національний лісотехнічний університет
<i>Вівчарук Ольга Миколаївна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Вільчинський Андрій Олександрович</i>	директор готелю «Опера», аспірант, Тернопільський національний педагогічний університет
<i>Вітер Олександра Миколаївна</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Гальків Любов Іванівна</i>	к. е. н., доцент, Львівської комерційної академії
<i>Герасименко Анжеліка Григорівна</i>	к. е. н., доцент, Київський національний торговельно- економічний університет
<i>Гнаткович Оксана Дмитрівна</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму

<i>Городня Тетяна Анатоліївна</i>	к. е. н., доцент, Львівська комерційна академія
<i>Гринькевич Ольга Степанівна</i>	к. е. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Гуща Олена Миколаївна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Джурік Надія Роман-Йосипівна</i>	к. т. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Димочкіна Вікторія Валеріївна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Дідович Іван Іванович</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Доценко Наталя Василівна</i>	викладач, циклова комісія «Спеціальних дисциплін туристичного напряму», Екологічний коледж Львівського національного аграрного університету
<i>Дуда Наталія Зіновіївна</i>	пошукувач, Львівський національний університет ім. Івана Франка
<i>Жолинська Галина Мирославівна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Завальницька Надія Богданівна</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Заяць Наталія Олегівна</i>	к. е. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Іванов Андрій Олександрович</i>	студент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Івашків Лариса Ярославівна</i>	к. б. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Капустей Марина Іванівна</i>	магістр, Мукачівський державний університет
<i>Кіенко Олег Васильович</i>	магістр, Прикарпатський інститут ім. Михайла Грушевського МАУП
<i>Клапчук Михайло Володимирович</i>	к. г. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Клапчук Оксана Орестівна</i>	к. г. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Козак Галина Юрівна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Козенко Аліна Олександрівна</i>	аспірант, Київський національний університет ім. Т. Шевченка
<i>Корчан Аліна Василівна</i>	аспірант, Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана
<i>Крап Наталія Павлівна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Кректун Богдан Васильович</i>	к. б. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму

<i>Кректун Надія Михайлівна</i>	викладач-методист, голова циклової комісії «Спеціальних дисциплін екологічного напряму», Екологічний коледж Львівського аграрного національного університету
<i>Кудла Назарій Євгенович</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Кулиняк Ігор Ярославович</i>	викладач, Національний університет «Львівська політехніка»
<i>Кучинська Ірина Василівна</i>	к. б. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Ладик Софія Романівна</i>	к. е. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Лиса Ольга Володимирівна</i>	к. т. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Луців Наталія Василівна</i>	к. т. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Марчишин Анна Михайлівна</i>	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Масюк Юлія Олегівна</i>	асистент, Львівський національний університет ім. Івана Франка
<i>Мацьків Олена Олександрівна</i>	к. т. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Міга Володимира Казимиривна</i>	к. е. н., доцент, Прикарпатський інститут ім. Михайла Грушевського МАУП
<i>Мілашовська Ольга Іванівна</i>	д. е. н., професор, Мукачівський державний університет
<i>Негода Ганна Анатоліївна</i>	асpirант, Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля
<i>Озимок Галина Володимирівна</i>	к. т. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Омеляненко Ольга Миколаївна</i>	студентка, Інститут фізичної культури Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка
<i>Опрая Богдана Олексіївна</i>	к. і. н., Кам'янець-Подільський національний університет ім. Івана Огієнка
<i>Парфентьєва Олена Геннадіївна</i>	асpirант, Національний транспортний університет
<i>Ракша Наталія Вікторівна</i>	к. е. н., доцент, Київський національний торговельно-економічний університет
<i>Романенко Світлана Петрівна</i>	студентка, Інституту фізичної культури Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка
<i>Руденко Аліна Анатоліївна</i>	студентка, Інститут фізичної культури Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка

<i>Савіцька Наталія Володimiривна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Самодай Валентина Петрівна</i>	к. е. н., доцент, Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка
<i>Саницька Алла Орестівна</i>	старший викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Семенова Інна Іванівна</i>	асpirант, Луганський національний університет ім. Тараса Шевченка
<i>Сеник Леся Ярославівна</i>	викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Сенів Леся Романівна</i>	студентка, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Смирнов Євген Миколайович</i>	старший викладач, Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського
<i>Снітинський Володимир Васильович</i>	д. б. н., проф., акад. НААНу ректор Львівського національного аграрного університету
<i>Степаненко Оксана Василівна</i>	студентка, Інституту фізичної культури Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка
<i>Сусол Наталія Ярославівна</i>	к. т. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Ташак Мирослава Степанівна</i>	старший викладач, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Удовенко Альона Миколаївна</i>	магістр, Мукачівський державний університет
<i>Холявко Наталія Іванівна</i>	к. е. н., доцент, Чернігівський державний інститут економіки і управління
<i>Цегелік Григорій Григорович</i>	д. ф.-м. н., професор, Львівський національний університет ім. І. Франка
<i>Цимбалюк Віктор Миколайович</i>	к. с.-г. н., Львівський інститут економіки і туризму
<i>Цимбалюк Микола Федотович</i>	к. с.-г. н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму
<i>Цимбалюк П. М.</i>	інженер-будівельник, економіст
<i>Чаторийська Олександра Миколаївна</i>	викладач, Медичний коледж ЛНМУ ім. Данила Галицького
<i>Шаповалова Наталія Петрівна</i>	к. т. н., Львівського інституту економіки і туризму
<i>Юнко Мирослава Михайлівна</i>	викладач, Львівського інституту економіки і туризму

ВІСНИК

Львівського інституту економіки і туризму

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Літературний редактор *Завальницька Н. Б., Паньків Н. Є.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин-Гриціна Т. М.*

Вісник Львівського інституту економіки і туризму внесено
до Переліку наукових фахових видань
згідно постанови президії ВАК України
від 10 березня 2010 р. № 1-05/2

Свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 12765-1649Р

Підписано до друку 14.05.13. Формат 70x100/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман».
Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 26,44.
Наклад 300. Замовлення № 14-05/13.

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8
Тел.: 8(032)72-68-80, 8(032)294-95-78,
тел./факс: 8(032)72-20-94,
e-mail: lebk@org.lviv.net
nviddil@i.ua

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»
79008, м. Львів, вул. Руська 16/3
Тел./факс. (032) 261-51-00