

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

# ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ  
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

2/2007



Львів — 2007

Вісник Львівського інституту економіки і туризму: збірник наукових статей. —  
Львів: Львівський інститут економіки і туризму, 2007. — № 2. — 208 с.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism / Collection of scientific  
works. — Lviv, 2007. — #2. — 208 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.

Issues of current interest 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. Бомба М. Я., д. с.-г. н., професор, — заступник головного редактора;
3. Буряк П. Ю., д. е. н., професор;
4. Губені Ю. Е., д. е. н., професор;
5. Заставецька О. В., д. геогр. н., професор;
6. Михасюк І. Р., д. е. н., професор;
7. Параняк Р. П., д. с.-г. н., професор;
8. Реверчук С. К., д. е. н., професор;
9. Римар М. В., д. е. н., професор;
10. Савчин В. П., д. ф.-м. н., професор;
11. Сокіл В. В., д. і. н., професор;
12. Тринько Р. І., д. е. н., професор, академік УААН;
13. Голубка С. М., к. е. н., доцент;
14. Дольнікова Л. В., к. п. н., доцент;
15. Кончаківський І. В., к. е. н., доцент;
16. Лацик І. П., к. е. н., доцент;
17. Ляшкевич П. А., к. філол. н., доцент — відповідальний редактор

Рекомендовано до друку  
вченою радою Львівського інституту  
економіки і туризму (протокол № 2 від 31.01.07)

## ЗМІСТ

### Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

|   |    |
|---|----|
| <i>Бочан І. О. Системна трансформація економіки України та шляхи подолання кризових явищ</i> .....  | 9  |
| <i>Стеців І. І. Моделювання організаційної структури облікового процесу та його значення для здійснення контролю діяльності підприємств</i> ..... | 15 |
| <i>Банера Н. П. Проблемні аспекти оподаткування суб'єктів малого підприємництва</i> .....   | 19 |
| <i>Гелей Л. О., Городня Т. А. Концепція формування рейтингу підприємства</i> .....  | 23 |
| <i>Килин О. В. Роль демографічних чинників у формуванні економічного потенціалу регіону</i> .....   | 26 |
| <i>Лаврентів Л. В. Акцизний збір та його вплив на фінансово-господарський стан підприємств</i> .....  | 29 |
| <i>Цегелик Г., Романів І. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні: теорія і практика</i> .....                                    | 32 |

### Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

|   |    |
|---|----|
| <i>Гайворонюк Н. В. Нові підходи до рекламування туристичного і рекреаційного продуктів (філософсько-методологічний аспект)</i> ..... | 37 |
| <i>Макухіна Н. О. Застосування системи інформаційної та збутової логістики в діяльності туристичних підприємств</i> .....             | 41 |
| <i>Габрель М. М., Дольнікова Л. В. Туристичний образ України в країнах Європейського Союзу</i> .....                                  | 45 |
| <i>Губені Ю. Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму</i> .....  | 50 |
| <i>Олех Г. Й. Організація надання туристам окремих видів послуг</i> .....   | 57 |
| <i>Коцьо О. Я. Основні підходи до розроблення переліку показників якості життя населення регіону</i> .....                            | 66 |
| <i>Лильо-Откович З. М. Експертиза творів темпераментного малярства, що перетинають кордон</i> .....                                   | 70 |

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

|   |    |
|---|----|
| <i>Мартин О. М. Залучення інвестицій в економіку туризму в Україні як фактор економічного зростання</i> .....       | 74 |
| <i>Біль М. М. Міжнародний туризм як важливий чинник глобалізації світового господарства</i> .....                   | 79 |
| <i>Завальницька Н. Б. Формування іміджу українських туристичних підприємств на міжнародному ринку туризму</i> ..... | 83 |
| <i>Батьковець Г. А. Інвестиційна політика в сфері туризму</i> .....   | 87 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Гринькевич О. С., Юнко М. М., Мацелюх А. В. Моніторинг професійних знань та навиків менеджерів у сфері готельно-туристичного бізнесу .....</i> | 92  |
| <i>Міколяш Ф. Т. Деякі аспекти аналізу беззбитковості сільського туризму .....</i>  | 97  |
| <i>Липчук В., Котлінський В. Особливості маркетингової діяльності в агротуризмі .....</i>   | 102 |
| <i>Липчук Н. В. Шанси і бар'єри розвитку агротуризму .....</i>  | 105 |

#### **Розділ 4. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Сокіл В. В. Усна історія Львова (До 750-річчя заснування міста) .....</i>  | 108 |
| <i>Цимбала О. С. Культурологічна спадщина Миколи Голубця .....</i>  | 115 |
| <i>Луців Н. В. Вироби народних художніх промислів та можливості їх використання в туристичному бізнесі .....</i>  | 121 |
| <i>Сокіл Н. В. Топоніми як важливе джерело для формування світогляду туриста-краєзнавця (за матеріалами с. Тухлі та повісті І. Франка «Захар Беркут») .....</i> | 124 |
| <i>Лепісевич П. М. Біженці та примусове виселення українців Галичини в роки Першої світової війни 1914–1916 рр. ....</i>  | 129 |

#### **Розділ 5. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Рожко І. М., Дідович А. П., Безручко Л. С. Медико-біологічна функція рекреації .....</i> | 134 |
|---|-----|

#### **Розділ 6. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРИНДУСТРІЇ ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

|   |     |
|---|-----|
| <i>Боднар І. Р. Проблеми розвитку інформаційної інфраструктури .....</i>  | 137 |
| <i>Дідович І. І., Дідович А. П. Обґрунтування можливостей пріоритетного стимулювання у сфері виробництва екологічно чистої продукції .....</i>              | 140 |
| <i>Бомба М. Я., Дмитрова О. С., Бомба М. І. Екологічні проблеми та формування екологічної культури на початку ХХІ століття .....</i>                        | 144 |
| <i>Дудяк Р. П., Стручок Н. М. Характеристика інформаційно-маркетингового середовища у сфері туризму .....</i>   | 152 |
| <i>Караван Ю. В., Осадчук Т. Ю., Токар Ю. С. Організаційна формалізація засадничих принципів Екологічної Конституції Землі .....</i>                        | 155 |
| <i>Гулянич Р. С., Рожко І. М., Яремчишин А. А. Напрямки розвитку інфраструктури для активного туризму .....</i>   | 160 |
| <i>Березівський З. П., Східницька Г. В. Розвиток агротуризму як напряму аграрного бізнесу в Прикарпатті .....</i>   | 164 |
| <i>Лисевич М. В. Використання об'єктів культурної спадщини і природно-заповідного фонду Тернопільщини для розвитку туризму Тернопільської області .....</i> | 167 |

## Розділ 7. АУДИТОРІЯ

|  |     |
|--|-----|
| <i>Рибак-Гуляк О. Б.</i> Розвиток комунікативної компетенції у студентів спеціальностей «Туризм», «Готельне господарство» .....                          | 174 |
| <i>Онаць О. М.</i> Використання аудіовізуальних технічних засобів фахової тематики як мотивація у вивченні іноземної мови професійного спрямування ..... | 178 |
| <i>Дольнікова Л. В.</i> Інтеграція та диференціація змісту фундаментальних дисциплін у професійній школі як педагогічна проблема .....                   | 181 |
| <i>Льканич К. І.</i> Порозрядні логарифмічні аналого-цифрові перетворювачі .....   | 186 |
| <i>Пілат Л. І.</i> Мотивація як новий підхід у викладанні іноземної мови професійного спрямування у неспеціалізованих вищих навчальних закладах .....    | 189 |
| <i>Фастовець О. О.</i> Екологічна складова змісту спецкурсу «Організація транспортних подорожей та перевезень» .....                                     | 192 |
| <i>Капаціла В. І.</i> Реалізація міжпредметних зв'язків у туристичних походах .....  | 199 |

## Розділ 7. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

|   |     |
|---|-----|
| <i>Ляшкевич П. А., Стоколос-Ворончук О. О.</i> Народнопоетичний образ Львова .....                        | 203 |
| <i>Василишин Т. М.</i> Науково-теоретична конференція «Український шлях в НАТО і Європейський Союз» ..... | 205 |

## CONTENTS

### *Unit 1. ECONOMICS AND ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE*

|   |    |
|---|----|
| <i>I. O. Bochan, System Transformation of Economy of Ukraine and the Ways to Overcoming Crisis Phenomena</i> .....                                  | 9  |
| <i>I. I. Stetsiv, Modeling the Organizational Structure of Accounting Process and its Role for the Control of the Activity of Enterprises</i> ..... | 15 |
| <i>N. P. Banera, Problematic Aspects of Taxation of Small Enterprises</i> .....   | 19 |
| <i>L. O. Heley, T. A. Horodnya, Conception of Rating Enterprises</i> .....  | 23 |
| <i>O. V. Kylyn, Role of Demographical Aspects in the Formation of Economical Potential</i> .....  | 26 |
| <i>L. V. Lavrentiv, Excise Duty and its Influence on Financial and Economy State of Enterprises</i> .....   | 29 |
| <i>H. Tsehelyk, I. Romaniv, State Regulation of Investment Activity in Ukraine: Theory and Practice</i> .....                                       | 32 |

### *Unit 2. THEORETICO-METHODOLOGICAL BASES OF TOURISM STUDIES*

|   |    |
|---|----|
| <i>N. V. Haivoronyuk, New Approaches to Advertising Tourist and Recreational Products (Philosophical and Methodological Aspect)</i> ..... | 37 |
| <i>N. O. Makuhina, Implementing System of Informational and Sale Logistic in the Activity of Tourist Enterprises</i> .....                | 41 |
| <i>M. M. Habrel, L. V. Dolnikova, Tourist Image of Ukraine in the Countries of European Union</i> .....                                   | 45 |
| <i>Yu. E. Hubeni, European Experience and Theoretical Bases of Agricultural Tourism</i> .....   | 50 |
| <i>H. Y. Oleh, The Organisation of Providing Tourists with Special Kinds of Services</i> .....  | 57 |
| <i>O. Ya. Kotsyo, Main Approaches to Working out the List of Life Quality Indicators of the Population in a Region</i> .....              | 66 |
| <i>Z. M. Lylyo-Otkovych, Expertise of Painted Works which Cross the Border</i> .....  | 70 |

### *Unit 3. SOCIO-ECONOMICAL AND MANAGERIAL BASES OF TOURIST ACTIVITY*

|  |    |
|--|----|
| <i>O. M. Martyn, Involvement of Investments into the Tourist Economy in Ukraine as a Factor of Economical Growth</i> ..... | 74 |
| <i>M. M. Bil, International Tourism as Important Factor of Globalization of World Economy</i> .....                        | 79 |
| <i>N. B. Zavalnytska, Creating Image of Ukrainian Tourists Enterprises on International Market of Tourism</i> .....        | 83 |
| <i>H. A. Batkovets, Investment Policy in the Tourist Sphere</i> .....  | 87 |

|  |     |
|--|-----|
| <i>O. S. Hrynkevych, M. M. Yunko, A. V. Matseluh, Monitoring Professional Knowledge and Skills of Managers in the Sphere of Hotel Tourist Business .....</i> | 92  |
| <i>F. T. Mikolyash, Some Aspects of Analysis of Operating Agricultural Tourism without Losses .....</i>  | 97  |
| <i>W. Lipchuk, W. Kotlioski, The Usage of Marketing Instruments in Agricultural Tourism .....</i>  | 102 |
| <i>N. V. Lypchuk, Chances and Barriers to the Development of Agricultural Tourism .....</i>  | 105 |

#### **Unit 4. LOCAL STUDIES CULTURE AND TOURISM**

|  |     |
|--|-----|
| <i>V. V. Sokil, Oral History of Lviv (to the 750th Anniversary of the Foundation of the City) .....</i>  | 108 |
| <i>O. S. Tsybala, Culturological Heritage of Mykola Holubets .....</i>   | 115 |
| <i>N. V. Lutsiv, Works of Folk Art Handcrafts and the Opportunities of Using them in Tourist Business .....</i>  | 121 |
| <i>N. V. Sokil, Toponims as an Important Source to Forming Mentality of a Tourist and Specialist in Local Studies (according to the materials of Tukhlya village and Zakhar Berkut story by I. Franko) .....</i> | 124 |
| <i>P. M. Lepisevych, Refugees and Forceful Eviction of Ukrainians from Halychyna in the years of First World War (1914–1916) .....</i>   | 129 |

#### **Unit 5. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION**

|  |     |
|--|-----|
| <i>I. M. Rozhko, A. P. Didovych, L. S. Bezruchko, Medico-Biological Function of Recreation .....</i> | 134 |
|--|-----|

#### **Unit 6. INFRASTRUCTURE OF TOURIST INDUSTRY AND ECOLOGY ISSUES**

|  |     |
|--|-----|
| <i>I. R. Bodnar, Problems of Development of Informational Infrastructure .....</i>   | 137 |
| <i>I. I. Didovych, A. P. Didovych, Argumentation of the Opportunities of Primary Stimulation in Producing Ecologically Clean Products .....</i>                              | 140 |
| <i>M. Ya. Bomba, O. S. Dmytrova, M. I. Bomba, Ecological Problems and the Formation of Ecological Culture at the Beginning of XXI Century .....</i>                          | 144 |
| <i>R. P. Dudyak, N. M. Struchok, Characteristic of Informational and Marketing Environment in the Sphere of Tourism .....</i>  | 152 |
| <i>Yu. V. Karavan, T. Yu. Osadchuk, Yu. S. Tokar, Organizational Formalizing of Foundational Principles of Ecological Constitution of the Earth .....</i>                    | 155 |
| <i>R. S. Hulyanych, I. M. Rozhko, A. A. Yaremchyshyn, The Directions of the Development of Infrastructure for the Active Tourism .....</i>                                   | 160 |
| <i>Z. P. Berezivsky, H. V. Shidnytska, The Development of Agricultural Tourism as a Branch of Agricultural Business in Prykarpattya .....</i>                                | 164 |
| <i>M. V. Lysevych, The Usage of Objects of Cultural Heritage in Natural and Reservation Stock in Ternopil Region for the Development of Tourism in Ternopil Region .....</i> | 167 |

---

 Unit 7. AUDITORIUM

|   |     |
|---|-----|
| <i>O. B. Rybak-Hulyak</i> , <b>The Development of Communicative Ability of Students of Tourism and Hotel Industry Specialties</b> .....                           | 174 |
| <i>O. M. Onats</i> , <b>The Usage of Audio and Visual Professional Materials as Motivation in Studying Foreign Language for Professional Purpose</b> .....        | 178 |
| <i>L. V. Dolnikova</i> , <b>Integration and Differentiation of the Content of Fundamental Disciplines in a Professional School as a Pedagogical Problem</b> ..... | 181 |
| <i>K. I. Ilkanych</i> , <b>Graded Logarithmical Analogo-Numeral Transformers</b> .....  | 186 |
| <i>L. I. Pilat</i> , <b>Motivation as a New Approach in Studying Professional Foreign Languages in Non-Specialized Institutions of Higher Education</b> .....     | 189 |
| <i>O. O. Fastovets</i> , <b>Ecological Component of the Content of Special Course «The Organization of Transport Trips and Shipments»</b> .....                   | 192 |
| <i>V. I. Kapatsila</i> , <b>The Realization of Links between Subjects in Tourists Hikes</b> .....   | 199 |

## Unit 8. EVENTS. INFORMATIONS. REVIEW

|  |     |
|--|-----|
| <i>P. A. Lyashkevych</i> , <i>O. O. Stokolos-Voronchuk</i> , <b>Folk and Poetical Image of Lviv</b> .....                    | 203 |
| <i>T. M. Vasylyshyn</i> , <b>Regional Scientific-Practical Conference «Ukrainian Way into NATO and European Union»</b> ..... | 205 |



## ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Бочан І. О.

### СИСТЕМНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КРИЗОВИХ ЯВИЩ

*У статті обґрунтовано необхідність ринкової трансформації економіки для створення надійного фундаменту зростання добробуту народу. Випереджальний розвиток інтелектуального капіталу повинен стати обов'язковою складовою економічних і соціальних реформ.*

За роки незалежності в економіці України відбулися глибокі якісні перетворення. Вдалося розв'язати одне з ключових завдань державотворчого процесу — сформувати основні атрибути національної економіки — грошову, фінансову, платіжну, податкову, митну, банківську та інші системи, що у своїй сукупності визначають економічну інфраструктуру державності. Вагомим здобутком стало проведення у 1996 р. грошової реформи, забезпечення валютної стабілізації. У людей сформувалася повага до національної грошової одиниці.

В Україні відбувається перехід до ринкової економіки, до її певних моделей. Визначальним аспектом при характеристиці типу економічної системи є власність на засоби виробництва. Для ринкової економіки та ринкової економічної системи основним, домінуючим типом власності є приватна. Проведення приватизації в Україні — не мета, а засіб підвищення продуктивності праці й ефективності виробництва.

Головними напрямками переходу до ринку є роздержавлення, приватизація, структурна перебудова економіки, формування ринкової інфраструктури.

Для України найбільш привабливим та історично виправданим є еволюційний шлях на основі поступових, виважених змін через ефективні реформи. Україні вдалося вирішити й інше визначальне завдання трансформаційного періоду — створено базові засади змішаної багатокладної економіки. Відбувся перелом у реформуванні відносин власності. Процес роздержавлення майна в країні протягом 1992–1998 рр. умовно можна поділити на два етапи. На першому (1992–1994) приватизація об'єктів проводилася здебільшого неконкурентними способами — шляхом оренди з викупом або викупу об'єкта трудовим колективом. За цей період приватизовано 11,5 тис. об'єктів, переважна більшість яких — невеликі підприємства. Другий етап (1995–1998) — масова сертифікатна приватизація. Ставлення до неї парламенту було не завжди послідовним (а в окремих питаннях просто деструктивним): державні програми приватизації в 1995 та 1996 рр. він взагалі не прийняв, програму на 1997 р. ухвалив із запізненням на півроку, а на 1998 р. — у лютому. Таким же чином блокувалася і програма в 1999 р. У результаті масова приватизація за приватизаційні папери, яка передбачала залучення широких верств населення, здійснювалася головним чином на основі указів Президента. Нині на недержавних підприємствах виробляється понад 70 % промислової продукції, в будівництві — 80 %. Частка підприємств торгівлі недержавного сектора становить 99,2 %. За ці роки створено понад 100 тис. малих підприємств.

Головна мета ринкової трансформації економіки України полягає в наступному:

- створенні надійного фундаменту зростання добробуту населення;
- стимулюванні швидкого економічного зростання;
- підвищенні продуктивності праці;
- досягненні світового рівня ефективності використання матеріальних ресурсів через запровадження новітніх технологій;
- виготовленні достатніх обсягів продукції, яка користується попитом;
- забезпеченні високої якості товарів та послуг;
- створенні умов для зростання реальних доходів населення.

За всіх складнощів трансформаційних процесів в Україні дедалі вагомніше утверджується економічна свобода, розширюються можливості вибору сфери господарської діяльності, самоутвердження та самореалізації особистості. На цій основі поступово змінюється суспільна психологія. Це надзвичайно складний процес. Люди вчаться рахувати гроші й починають розуміти, що їх добробут залежить передусім від них самих. Повернення до радянських часів для багатьох співвітчизників здається неможливим, катастрофічним. Особливо це стосується найбільш дієздатної частки населення — молоді, людей, які отримали у своє розпорядження власність. Саме ці суспільні верстви стають нині основним гарантом подальшого поглиблення реформ, реалізації курсу ринкових перетворень. Звичайно, такі зміни здійснюються ще надто повільно. Однак цей процес продовжується, дедалі більше набуваючи рис необоротності.

Підсумовуючи характеристику стану й перспектив розвитку економічної системи України, слід відзначити, що за роки незалежності не вдалося створити економічну систему, здатну забезпечити прогресивний розвиток країни; процес суверенізації було обмежено здобуттям зовнішніх політичних атрибутів (40 % покриття дефіциту державного бюджету припадає на зовнішні джерела); серйозну загрозу для безпеки держави становлять тінізація та криміналізація економіки (тіньовий сектор становить майже 50 % економіки).

Що необхідно робити? На наш погляд, для подолання економічної кризи потрібно:

- дотримуватись вимог економічних законів — вартості, грошового обігу, попиту і пропозиції; ринкова економіка — це лад, в якому здійснюється вільна гра ринкових сил, що, як зауважують французи, означає надати подіям природного ходу;
- відійти від консервативної, а йти до прогресивної моделі змішаної економіки (тобто від монетаризму до лібералізму, йти до кейнсіанства та інституціоналізму);
- підвищити рівень зарплат;
- сформувати належний інвестиційний клімат;
- проводити конструктивні структурні реформи;
- розробити науково обґрунтовану промислову політику;
- посилити роль держави у банківській системі шляхом створення державних спеціалізованих банків (земельних, інвестиційних);
- вжити радикальних заходів для відродження села.

Винятково загрозливим явищем залишається тіньова економіка. Це сукупність специфічних економічних відносин, пов'язаних з виробництвом, розподілом, обміном і споживанням товарів і послуг, прихованих від державного контролю з метою одержання доходів і особистого збагачення (без сплати податків). Критичний рівень, який за західними оцінками, становить 30–35 % ВВП, у нашій країні вже сягає половини ВВП. Тепер тіньова економіка, незважаючи на перехід до ринку, є однією з найгостріших проблем соціально-економічного життя країни. Обсяги тіньової економіки зростають, а це явище набуває нових загрозливих рис.

Які ж основні причини сприяли цьому? В умовах ринкової трансформації економіки фактично збереглася дія господарського механізму, заснованого на безконтрольній державній монополії. Старі владні структури колишньої держави розпалися, але залишилися люди, які входили до цих структур і нині зберегли між собою набуті тісні зв'язки. Ці чиновники в трансформаційний період отримали можливість відкрито експлуатувати державну власність і привласнювати надвисокі доходи. Крім того, лібералізація посилила безконтрольність і безкарність влади, яка на свою користь використовує приватизацію держмайна, лібералізацію ціноутворення, зовнішньоекономічну діяльність, фінансову сферу тощо. За цих обставин на реформування власності більше впливають не ринкові правові закони, а позиції конкретних посадових осіб та їх особисті зв'язки. Саме це найбільше перешкоджає проведенню ринкових реформ і формуванню конкурентного середовища. Збільшенню тінізації економіки сприяло включення у процес розподілу власності нових об'єктів (землі, стратегічних комплексів, галузевих структур, природних ресурсів тощо). На тіньові процеси істотно впливає підкуп посадових осіб, громадських і політичних діячів, які можуть сприяти бізнесу у наданні пільг і переваг; створення акціонерних компаній і господарських товариств, засновниками яких є як державні, так і приватні підприємства; виділення державних коштів приватним структурам з подальшим їх списанням під гаслом підтримки вітчизняного товаровиробника; надання державних гарантій під кредити комерційним структурам з подальшим їх штучним банкрутством і перекладанням боргу на державу. Вітчизняні тіньові процеси підсилює зрощування тіньової економіки і тіньової політики. В Україні виникла тіньова влада, яка зростає і виконує функції держави. Тенденції до об'єднання чиновників, бізнесу і криміналітету у могутні групи загострюють боротьбу за тотальну владу у державі. Гроші відпливають з легального обігу, деградує сфера матеріального виробництва, гіперболізується перерозподіл грошової маси у суспільстві, маргінально розшаровуються люди за рівнем доходів, зростають ціни на товари і послуги тощо. Крім того, тіньовий капітал використовується переважно у сфері обігу, що ускладнює механізми державного контролю над ним.

У перехідний період, коли громадянське суспільство ще не сформувало своїх політичних партій і соціальних інститутів, які б відстоювали загально-національні інтереси, єдиним суб'єктом управління залишається держава. Державі для ефективного управління суспільством та економікою важливо проміжною формою між владою та ринком задіяти, умовно назовемо «третій сектор», громадські організації, або, як їх ще називають, «неурядові» організації, вони є незамінним елементом сучасного громадянського суспільства. Вважається, що завдяки «третьому сектору» в суспільстві можуть з'явитися соціально активні громадяни, залучені в різні соціальні структури, які сповідуватимуть загальні гуманістичні ідеї свободи і добровільного співробітництва, більш широкі, ніж поняття свободи членів ідеологічних кланів.

Розвинутість «третього сектору» сьогодні показує наявність в країні політичного середнього класу, який усвідомлює свою причетність та відповідальність за життя суспільства й держави. Країни, котрі навчилися відповідним чином організовувати та використовувати цю суспільну енергію, мають більші можливості і перспективи розвитку в глобальному світі.

Сьогодні молодий український бізнес ще тільки приходить до розуміння своєї суспільної ролі, тому дуже важливо налагодити діалог в трикутнику: влада — громадські організації — бізнес. Держава зобов'язана переконати суспільство, що обраний шлях реформ є абсолютно правильним, але не легким і не коротким, як дехто обіцяє. Нині Україна здобула величезний історичний шанс прогресивного розвитку.

Щоб досягти суттєвого економічного зростання, потрібно мати на увазі ряд обставин. У світовій конкуренції виживають, а тим паче перемагають лише ті країни, яким вдалося консолідувати народ, стати єдиною нацією. Виграють ті країни, які можуть притягувати на свою територію інтелектуальні, природні, фінансові, інформаційні ресурси світу і тим посилювати, збагачувати свою рідну державу. Навіть потенційно сильні та національно консолідовані країни починають відчувати серйозні труднощі, коли розрив у них між бідністю і багатством, між власниками і найманими працівниками за рівнем, за якістю життя досягає критичних позначок. На жаль, в Україні цього уже досягнуто.

Успіх також сприяє тим країнам, які небезгосподарно, а навпаки, акумульовано намагаються зібрати все найкраще, створене наукою, культурою, освітою в країні та за її межами. Серед переможців бачимо лише ті країни, котрі змогли виплекати потужні, мобільні, взаємно узгоджені системи політичного управління. Перемагати можуть лише ті країни, які вже сформували повноцінне громадянське суспільство з незалежною професійною пресою, повноцінними політичними партіями, рухами, об'єднаннями, цивілізованою опозицією. Врешті-решт ХХІ ст., як і ХХ, буде немилосердним до слабких країн.

Життя підтверджує, чим вищий рівень освіти населення, тим вищою є професійна і соціальна його мобільність. За доведеннями видатних вчених, ефективність виробництва перебуває в прямій залежності від розвитку освіти, від підвищення освітнього рівня населення. За результатами досліджень, проведених в 30-ти країнах фахівцями Світового банку під егідою ЮНЕСКО, — третина приросту валового внутрішнього продукту в цих країнах забезпечується інвестиціями у сферу освіти. Тому нам необхідно збільшувати асигнування на розвиток освіти.

Видатний український вчений В. І. Вернадський вбачав у стрімкому розвитку освіти, в розширенні наукових знань порятунк країни. «Той народ, — писав він, — який зуміє якомога повніше, якомога швидше, якомога досконаліше оволодіти знаннями, що відкриваються в людському житті, досконало розвинути і застосувати їх до свого життя, здобуде ту могутність, досягнення якої і спрямування на загальне благо є основним завданням усякої розумної державної політики».

Розрахунки, зроблені на основі даних багатьох країн, свідчать, що співвідношення між витратами і ефектом освіти дорівнює 1:4, а продуктивність праці фахівця з вищою освітою в 10–11 разів перевищує витрати на його підготовку. Дбаючи про майбутнє нації, держави, потрібно визнати освіту за будь-яких соціально-економічних умов пріоритетним напрямом. Зниження освітнього рівня — це загроза національній безпеці України. Колишній Президент США Б. Клінтон сказав: «Ми багаті не тому, що маємо гроші, а тому, що ми даємо гроші на освіту».

Освіта і наука мають бути в центрі уваги нашої держави. Система національної освіти має бути спрямована на піднесення авторитету українського педагога, відродження етнопедагогіки. Якщо занепадає освіта, наука, культура, то економіка не може зростати. До речі, японське «диво», південнокорейський економічний розвиток тісно пов'язані з наукою і освітою, здійснений на їх базі. Ще в 1990 р. парламент Японії прийняв закон про безперервну освіту. А в Україні вийшла Постанова Кабміну лише в січні 1998 р. (до цього часу економію коштів ніхто не хотів рахувати).

Багатоступеневість освіти схвалюється як принципово новий підхід в розвитку національної вищої освіти, що дає змогу уникнути дублювання у підготовці фахівців для здобуття певного рівня освіти й кваліфікації за вибором тих, хто навчається. Також це значна економія державних коштів для тих родин, сімей, які утримують студентів. Ми повинні відкрити дорогу молодій, здібній людині, що прагне знань, до здобуття фахового, професійного рівня знань у безперервній ступеневій системі вищої освіти.

Принципи такого підходу мають бути відомі всім і найбільше тій молодій людині, яка тільки почала формувати свої освітні орієнтири.

Складна фінансово-економічна ситуація в Україні зумовлює необхідність вжиття системи заходів (економічних, адміністративних). Нам потрібна сильна державна політика, основними компонентами якої повинні, на наш погляд, бути: антиінфляційні заходи; механізми стабілізації банківської системи; застосування контролюваності виконання бюджету; проведення податкової реформи, яка б враховувала інтереси держави і платників податків; розробка механізмів залучення тіньових коштів до легального обігу.

Постає одвічне запитання: «Що робити?» Повертатися до звичайної директивної економіки? Історичний досвід засвідчив — це безвихідь системної кризи. Залишається безальтернативний шлях — цивілізований ринок, соціальне орієнтоване ринкове господарство. На цьому шляху необхідно:

- забезпечити умови для функціонування підприємницького, ринкового середовища;
- створити сприятливий інвестиційний клімат;
- вжити протекціоністських заходів щодо малого бізнесу, поставивши його в правові рамки, тому що сьогодні саме він активно підживлює тіньовий сектор;
- обґрунтувати пропозиції щодо амністування капіталів, які пішли за кордон (тут економічний і правовий аспекти);
- через сприятливу податкову систему запровадити оптимальні податкові ставки із зміцненням податкової дисципліни (це один з першочергових заходів щодо легалізації тіньової економіки);
- обмежити пільгове оподаткування;
- запровадити гласну систему конкурсів, тендерів при одержанні урядових замовлень, аукціонів на конкурсній основі при проведенні приватизації;
- відновити (хоча б тимчасово) державну монополію на реалізацію алкогольних напоїв, посилити контроль за торгівлею іншими підакцизними товарами (насамперед, тютюновими виробами);
- встановити найсуворіший контроль за проходженням у країні грошових потоків (в тому числі бюджетних коштів) з тим, щоб виключити їх «прокручування» через комерційні банки;
- зміцнити державну владу, забезпечити безпеку громадян.

Нам потрібна економічна політика, яка б гарантувала 5–6 % зростання ВВП протягом найближчих 10–15 років. Це своєрідний коридор виживання. Це українське диво, яке ми могли б створити. Є статистика Світового банку, що лише 7 країн у минулому десятилітті мали такі темпи приросту ВВП. Нашою спільною метою є перетворення України на європейську державу з високим добробутом українських громадян, а для цього потрібно до 2012 року подвоїти ВВП, знизити інфляцію до 6 %, частки державних підприємств — до 10%, вступити до СОТ, вступити в ЄС і НАТО. Інтеграція до європейської, євроатлантичної спільноти дасть можливість нашій державі прискорити своє культурне відродження, зміцнити демократію, верховенство права та ринкові засади в економіці. Країни — члени НАТО — це найстаріші та найміцніші демократії світу, долучення до яких означатиме зобов'язання української влади дотримуватися демократичних, правових та соціальних стандартів.

Головна мета і очікуваний підсумок ринкової трансформації економіки України полягає у створенні надійного фундаменту зростання добробуту населення на базі конкурентоспроможної ринкової економіки — переході до економічно суперфективного та соціалізованого суспільства нової ери людства. Обов'язковою складовою реформ є випереджувачий розвиток інтелектуального капіталу України.

Підставою для оптимістичних висновків про гідне майбутнє України як процвітаючої незалежної держави служать існуючі передумови її соціально-економічного розвитку. До них слід віднести:

- наявність промислових, сировинних і водних ресурсів, що дає змогу повністю забезпечити населення продуктами харчування;
- потенційну здатність кадрів до висококваліфікованої інтелектуально-концептуальної праці, продуктивність якої може швидко зростати за рахунок активізації ринкових стимулів;
- вигідне географічне становище, вихід до моря, сприятливі природно-кліматичні умови, різноманіття довкілля.

#### Література

1. Бочан І. О. Приватний сектор сучасної економіки: Монографія. — Львів, 2000.
2. Бочан І. О. Основні принципи інституціонального аналізу змішаної економіки // Науковий збірник Дніпропетровського національного університету. — Дніпропетровськ, 2003. — № 179. — С. 112–120.
3. Гальчинський А. Обраним шляхом. — К. 1999.
4. Гальчинський А. У ситуації економічної невизначеності. — Дзеркало тижня, 2006, 11 лютого.
5. Гайдуков Л., Терешко С. Річ, на якій економити не можна // Політика і час, 2005 р. — № 7.
6. Корнаї Я. Шлях до вільної економіки. — К.: Наук. думка, 1991.
7. Мандибура В. О. Тіньова економіка України та напрями законодавчої стратегії її обмеження. — К.: Парламентське видавництво, 1998.

Стеців І. І.

## МОДЕЛЮВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

*Розглядається структурний аспект облікового процесу. Подана класифікація операцій бухгалтерського обліку, яка дозволила визначити суть облікового процесу, його категорії та структурну будову. Визначено значення цих положень для контролю.*

Обліковий процес створює економічну інформацію для використання в управлінні та надання звітності зовнішнім користувачам. Чітке визначення суті його основних категорій та загальної будови необхідне для забезпечення функціонування його в оптимальному режимі та створення інформації, адекватної потребам користувачів.

Проаналізувати підходи вчених до характеристики облікового процесу, визначити основні категорії облікового процесу, подати його структурний аспект і значення для контролю діяльності підприємств.

Впорядкування і удосконалення будь-якого явища вимагає його обстеження, вивчення сутності, структури і обсягу дослідженості. Щодо облікового процесу та його організації найбільш вагомим є доробок В. В. Сопка, А. М. Кузьмінського та В. П. Завгороднього. Вони подають обліковий процес у вигляді блоків технологічного процесу і вказують, що сукупність операцій формують інформаційну процедуру, кілька інформаційних процедур утворюють облікову фазу обробки. Фази формують облікові ділянки, що визначають обліковий процес, його етапи [1:27; 2:31; 3:33]. Така характеристика сприяє розумінню будови облікового процесу, але, на наш погляд, є два фактори. По-перше, не подано тлумачення облікового процесу та його складових частин (категорій): операцій, процедур, фаз, етапів, топологічних ділянок обліку. По-друге, не розмежовано структурний і технологічний аспекти облікового процесу. Насамперед зупинимось на сутності і структурі облікового процесу. Суть явища визначають його категорії. Категорія це — найбільш загальні і фундаментальні поняття, які відбивають суттєві, загальні властивості і відносини явищ дійсності і пізнання [4:569]. При дослідженні сутності категорій облікового процесу, які використовують вчені, спостерігаємо, що терміни «фаза» і «етап» мають однакове тлумачення як окремий момент будь-якого процесу [4:1407, 1573; 5:736, 791]. Така ж картина вимальовується по відносно до термінів «процедура», «процес» [4:1087; 5:544; 6:526] і «операція» [43:941; 5:388; 7:677], але «операція» розглядається як їх частина.

Виходячи з цього, на наш погляд, не доцільно вживати однозначні за змістом категорії у різних значеннях без пояснень, а слід обмежитися такими, що матимуть різний обсяг змісту або суть. Нам видається, що такими є «операція», «етап облікового процесу», «топологічна ділянка обліку». Перш за все зупинимось на суті операції процесу обліку, бо вважаємо, що від правильності її трактування залежатиме визначення інших складових частин і самого облікового процесу. У науковій літературі подаються такі трактування операції: «Операція — це будь-яка елементарна або складна дія над інформацією, направлена на її трансформацію (перетворення) або передачу» [8:11]. «Облікові операції — це будь-які елементарні або складні дії над даними або інформацією з метою одержання проміжних або кінцевих облікових показників» [1:9; 2:16; 3:16]. Отже, обліковою операцією є лише дія над інформацією, тобто зміст облікової операції не включає створення цієї інформації, а саме фіксацію господарської операції в обліку. Але одночасно з цим ряд вчених вважають первинний облік початковим етапом облікового процесу, який передбачає складання первинних документів [9, с. 11; 1, с. 27; 2, с. 33]. Тому, на наш погляд, дії, пов'язані з формуванням первинних документів, також слід вважати обліковими операціями.

Цікавим і корисним для розуміння суті операції процесу обліку є думки вчених, які поділяють їх на види. Зокрема, В. В. Сопко і В. П. Завгородній виділяють механічні, переробні і творчі [2:30]. В. Н. Петрова визначає види робіт бухгалтерії як стандартні і нестандартні [10:54–56].

Ми вважаємо, що для повного усвідомлення суті операцій облікового процесу необхідно дати їх визначення і охарактеризувати через класифікаційні ознаки. Операції облікового процесу — це дії, скеровані на виконання його функцій.

1. За функціями і метою виконання операції поділяють на види:

1.1. Обліково-контрольні, які в свою чергу конкретизуються операціями:

- щодо формування первинних документів і їх бухгалтерського контролю;
- щодо створення регістрів обліку та їх бухгалтерського контролю;
- щодо формування звітності та її бухгалтерського контролю;
- щодо створення поточного архіву та його контролю.

1.2. Загальні операції обліку, як участь у нарадах, проведення документальних перевірок, видача довідок та ін.

2. За змістом економічної облікової інформації, яку формують операції, їх поділяють:

- операції, що формують інформацію про грошові кошти в касі;
- про розрахунки з постачальниками і т. д.

Ця класифікаційна ознака узгоджується з планом рахунків бухгалтерського обліку та об'єктами господарювання.

3. За складністю виконання операції поділяють на технічні; перероблюючі; творчі.

Така класифікаційна ознака дає можливість раціонально розподілити роботи та сформувати робочі місця облікового підрозділу.

4. За характером виконання і частотою повторення операції поділяються на:

- стандартні (обліково-контрольні, які повторюються і виконуються постійно);
- нестандартні, які виконуються разово або періодично (участь в нарадах і т. п.).

У свою чергу нестандартні поділяються на продуктивні (видача довідок, проведення контролю) і непродуктивні (участь в нарадах, відвідування податкових інспекцій). Такий поділ сприяє нормуванню праці бухгалтерського персоналу.

Класифікація операцій дає можливість поєднати однакові за змістом операції, їх поєднання утворює фази облікового процесу. За обсягом змісту, який охоплює ці фази, їх визначають як етапи облікового процесу і топологічні ділянки обліку.

Класифікація дає можливість виділити операції, які формують обліковий процес. Для цього запропонована схема загальної структури облікового процесу, яка базується 2-х перших ознаках класифікації.

Отже, за функціями та метою здійснення операції обліку утворюють етапи облікового процесу: первинний облік, поточний, підсумковий і поточний (бухгалтерський) архів.

Поєднання операцій за економічним змістом інформації, яку вони формують, подає обліковий процес у вигляді фаз, які називають топологічними ділянками обліку.

Далі зупинимось на сутності етапів облікового процесу. Беручи за основу загальноприйняте трактування та характеристику операцій процесу обліку, сформулюємо наступне визначення. Етап облікового процесу — це низка однорідних операцій, які об'єднані функціональним змістом та метою виконання, мають певне документальне вираження і адресну відповідальність за здійснення.

Відомими вченими України виділено три етапи при виконанні облікового процесу: первинний, поточний, підсумковий і виконання певних облікових операцій на кожному з них, а саме: на етапі первинного обліку складають первинні документи, що підтверджують здійснення господарських операцій, на поточному — регістри бухгалтерського обліку, на підсумковому — форми звітності [2:30–32; 1:12–27; 11:38; 3:17–34]. Ми поділяємо таку точку зору, але вважаємо, що вона потребує уточнення.



Як уже говорилося вище, кожен етап характеризується виконанням певних видів робіт. Привертає увагу той факт, що у складі облікового процесу необхідно виконувати роботи, пов'язані із зберіганням документів, реєстрів, звітів. На це, зокрема, вказують В. В. Сопко, А. М. Кузьмінський, В. П. Завгородній, які визначають, що організації підлягає рух усіх видів облікової інформації, в результаті якого мають бути охоплені всі операції — від першого запису до здачі документа в архів. При цьому найбільш суттєвими є операції передавання (від одного виконавця іншому), які умовно можна поділити на чотири види: складання або одержання документа (даних) із-зовні; просування від місця складання (або одержання) до місця обробки; рух у процесі обробки; рух після обробки до місця зберігання — архіву. Крім того підкреслюють, що важливим елементом організації документообороту на етапі поточного обліку є зберігання документів після обробки і що відповідальність за виконання цих операцій несуть працівники бухгалтерії. Вони частково висвітлюють роботи, пов'язані із зберіганням бухгалтерських документів у частині формування їх в папки. Розгляд цих питань проводять у складі організації руху носіїв облікової інформації [1:50–51, 62–63].

Пунктом 15 Положення «Про організацію бухгалтерського обліку і звітності в Україні» було закріплено відповідальність головного бухгалтера за збереження і своєчасну передачу до архіву документів бухгалтерського обліку [12:107].

Висновок із сказаного однозначний — формування бухгалтерського архіву передбачає виконання спеціальних операцій, які не характерні для жодного із визначених етапів облікового процесу. Це, на наш погляд, зумовлює виділення їх у окремий етап облікового процесу. Отже, формування бухгалтерського архіву слід вважати четвертим (заклучним) етапом облікового процесу, який передбачає формування носіїв облікової інформації у справі і зберігання їх протягом визначеного часу.

Наступним важливим питанням для розуміння структури облікового процесу є топологічні ділянки обліку. Проведені нами дослідження вказують на відсутність визначення сутності топологічної ділянки обліку, порядку її формування. Отже, визначимо. Топологічна ділянка обліку це низка облікових операцій, що об'єднані економічним змістом інформації, яку вони формують. Так, топологічна ділянка «облік касових операцій» формується обліковими операціями від створення первинних документів до форм звітності і подає інформацію про рух і стан грошових коштів у касі.

Проведені дослідження і зроблені визначення основних категорій облікового процесу дають можливість сформулювати його сутність. Обліковий процес — це послідовне, у визначеному порядку та параметрах виконання операцій з метою створення облікової інформаційної моделі функціонування суб'єкта господарювання.

Нами охарактеризовано категорії облікового процесу, які є його структурними елементами. Серед них відсутній термін «процедура», який визначався вченими, як сукупність операцій [1:27]. На наш погляд, таке тлумачення не зовсім точно відображає суть цього терміну.

За словниками «процедура» (франц. *procedure*, від лат. *procedo* — просуваюсь) — встановлений порядок ведення [4:1087]. Серед вітчизняних і зарубіжних економістів спостерігаються такі підходи щодо визначення суті процедур. Проф. М. Т. Білуха вказує, що це «... поняття, яке встановлює порядок виконання певних дій» [13:122]. Проф. В. С. Рудницький подає: «... це система методичних дій» [14:43]. Щодо терміну «процедура» Б. Нідлз дає наступне трактування: «Облікова процедура визначає послідовність етапів облікового процесу від аналізу господарських операцій до складання фінансової звітності і закриття рахунків», тобто обліковий цикл. Він визначає ці етапи, як складання первинних документів, журналу, головної книги, трансформаційної таблиці та фінансової звітності [15:61]. На наш погляд, із врахуванням викладених зауважень, облікова процедура — це окрема дія чи їх низка, що характеризує технологію облікового

процесу. Отже, термін «процедура» може застосовуватися як у відношенні до складових категорій облікового процесу (операція, етап, топологічна ділянка обліку), так і стосовно облікового процесу. Його не слід вважати окремим структурним елементом облікового процесу. Не менш важливим для вирішення питань трансформації та вдосконалення облікового процесу є розгляд його структурної будови. Опираючись на думку відомих вчених та зроблені нами пропозиції, вважаємо за доцільне розглядати структуру облікового процесу за двома розрізами: за змістом економічної інформації як топологічні ділянки обліку — облік касових операцій, облік матеріалів і т. д.; за видами та метою здійснення облікових операцій — як етапи облікового процесу — первинний, поточний, підсумковий, формування бухгалтерського архіву. При цьому, підкреслюємо, що будь-яка топологічна ділянка проходить всі етапи, а кожен етап передбачає виконання певних робіт і відповідальних за його виконання.

Слід вказати на те, що етапи є незмінною частиною і не залежать від виду підприємства, форми власності, господарської діяльності, а топологічні ділянки обліку носять змінний характер, число і вид їх залежить від названих факторів.

Запропоновано класифікацію операцій обліку. Подано суть категорій облікового процесу, сформовано загальну структуру процесу. Такий підхід створює можливість визначення відповідальності за здійснення облікового процесу і здійснення контролю за його виконанням на кожному етапі та ділянці обліку і дає можливість сформулювати схему облікового процесу будь-якого суб'єкта господарювання, а розмежування відповідальності за виконання облікових робіт має надзвичайно важливе значення у практиці здійснення облікового процесу.

Визначення основних категорій облікового процесу та моделювання його структури забезпечує ефективне планування та здійснення контролю господарської діяльності підприємства будь-яким його видом.

### Література

1. Кузьмінський А. М., Сопко В. В., Завгородній В. П. Організація бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. — К.: Вища школа, 1993. — 223 с.
2. Сопко В. В., Завгородній В. П. Організація бухгалтерського обліку, економічного контролю та аналізу: Підручник. — К.: КНЕУ, 2000. — 260 с.
3. Кузминский А. Н., Сопко В. В. Организация бухгалтерского учёта и анализа хозяйственной деятельности. — К.: Выща школа, 1986. — 256 с.
4. Советский энциклопедический словарь /Научно-редакционный совет: А. М. Прохоров (пред.). — М.: Советская Энциклопедия, 1981. — 1600 с.
5. Ожегов С. И. Словарь русского языка. — М.: Русский язык, 1986. — 797 с.
6. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 1–4. — М.: Русский язык, 1978. — Т. 3. П–О. — 1980. — 555 с.
7. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: Т. 1–4. — М.: Русский язык, 1978. — Т. 2. И–О. — 1979. — 779 с.
8. Белуха Н. Т. Справочное пособие бухгалтера торговли. — К.: Выща школа, 1983. — 260 с.
9. Осадчий Ю. И. Совершенствование контроля, текущего и последующего в торговле. — К.: Выща школа, 1988. — 296 с.
10. Петрова В. Н. Научная организация бухгалтерского учёта. — М.: Финансы, 1975. — 136 с.
11. Сопко В. В., Мельничук Г. М., Науменко Г. О. Облік та аналіз в управлінні підприємством. — К.: Техніка, 1992. — 182 с. (Б-ка господарника).
12. Положення «Про організацію бухгалтерського обліку і звітності в Україні»: від 3.04.93 р. № 250 (зі змінами і доповненнями внесеними, постановами КМУ) // Галицькі контракти. — 1998. — № 13, квітень. — С. 125–132
13. Білуха М. Т. Курс аудиту: Підручник. — К.: Вища школа. — Знання, 1998. — 574 с.
14. Рудницький В. С. Методологія і організація аудиту. — Тернопіль: Економічна думка, 1998. — 192 с.
15. Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д. Принципы бухгалтерского учёта // Под. ред. Я. В. Соколова — М.: Финансы и статистика, 1991. — 496 с.

Банера Н. П.

## ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Розглянуто питання оподаткування суб'єктів малого підприємництва; охарактеризовано зміст систем оподаткування; обґрунтовано доцільність застосування спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва.*

Питання оподаткування суб'єктів малого підприємництва на сьогоднішній день є надзвичайно актуальним. Це пояснюється тим, що малі підприємства — досить поширена й ефективна форма господарювання. Вони мають багато таких рис, які не можуть бути притаманні великим підприємствам. Саме мале підприємництво здатне найоперативніше реагувати на кон'юнктуру ринку і таким чином надавати ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця властивість малого бізнесу набуває особливого значення в сучасних умовах; коли відбувається швидка індивідуалізація і диференціація споживацького попиту, розширення номенклатури товарів і послуг.

Динаміка розвитку малого підприємництва України свідчить про стійке зростання як суб'єктів малого підприємництва, такі кількості працівників у цьому секторі економіки, та обсягу виробленої в ньому продукції.

Одним з пріоритетів державної підтримки малого підприємництва залишається зменшення податкового тиску, спрощення процедур оподаткування для суб'єктів малого підприємництва шляхом закріплення спрощених режимів в чинному законодавстві.

Розуміння актуальності питань оподаткування малих підприємств знаходить свій вираз в працях Ф. Бутинця, Д. Костюка, І. Назаренко, Є. Рудого, О. Ткаченко, Р. Хом'яка та інших, в яких широко висвітлено теоретичні та практичні засади систем оподаткування суб'єктів малого підприємництва.

У статті автор розглядає проблемні питання оподаткування суб'єктів малого підприємництва та характеризує зміст систем оподаткування. В контексті цього важливим є дослідження доцільності застосування спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва.

Кожне підприємство намагається максимально полегшити свою роботу. На думку О. Ткаченко, деякі шанси на це дає спрощена система оподаткування суб'єктів малого підприємництва, яка дає підприємству низку переваг, незважаючи на велику кількість проблемних нюансів [4:14].

На думку Д. Костюка, поява Указу Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 03.07.98 р. № 727/98 свідчить про позитивні зрушення в законодавстві [3:5].

Суб'єкти малого підприємництва в Україні є єдиними, кому надана альтернатива у виборі системи оподаткування.

Для суб'єктів малого бізнесу — юридичних осіб — можливе застосування двох систем оподаткування:

- загальна система оподаткування;
- спрощена система оподаткування.

Загальна система оподаткування, яку використовують без будь-яких застережень, включає сплату податку на прибуток, податку на додану вартість, акцизного збору та інших податків і зборів.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності є одним з найпоширеніших способів оподаткування суб'єктів малого підприємництва. Відносно молода, вона бере свій початок у 1999 році, коли Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 03.06.98 р. № 727/98 вперше дав можливість суб'єктам малого підприємництва перейти на сплату

єдиного податку. Дещо пізніше (після 19 липня 1999 р.), з набранням чинності Указом Президента «Про внесення змін до Указу Президента України» від 3 липня 1998 року № 727 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.99 р. № 746/99 (далі — Указ № 746), спрощена система оподаткування сформувалася остаточно і набула теперішнього вигляду.

Статистика свідчить, що найбільш поширеною серед суб'єктів малого бізнесу є спрощена система оподаткування. З 1999 року по 2005 рік кількість платників єдиного податку в Україні збільшилась майже в 6 разів, а надходження до бюджету зросли у 12 разів.

У 2005 році від суб'єктів малого підприємництва, що використовують спрощений режим оподаткування, до державного бюджету надійшло 1,8 млрд. грн., при цьому темпи зростання податкових надходжень від суб'єктів спрощеного оподаткування склали у 2005 році 33,4 % та перевищують темпи зростання податкових надходжень від суб'єктів підприємництва, що працюють за загальною системою оподаткування, які становлять 22,6 % [5].

Основна перевага спрощеної системи оподаткування — альтернативність. Вона може застосовуватись поряд із загальною системою оподаткування, обліку та звітності на вибір суб'єкта малого підприємництва (СМП), тобто СМП може обрати загальну або спрощену систему оподаткування залежно від того, що вважає вигіднішим та зручнішим. Крім цього, згідно із ст. 3 Указу № 746 при виборі єдиного податку підприємства з'являється ще одна важлива перевага: право вибору ставки оподаткування (6 % чи 10 %). Таким чином, суть нововведень, викликаних Указом № 746, полягає в тому, що замість численних податків і зборів, передбачених для звичайних підприємств, суб'єкти малого підприємництва сплачують лише один податок — єдиний. Податок цей рентного типу, тобто його розмір не залежить від результатів діяльності.

Перейти на сплату єдиного податку можуть юридичні особи — суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми і форми власності, які відповідають наступним критеріям:

- середньооблікова чисельність працівників не перевищує 50 осіб за рік (ст. 1 Указу № 746). Середню чисельність працюючих для суб'єктів малого підприємництва визначають за методикою, затвердженою органами статистики, з урахуванням усіх його працівників, у тому числі тих, що працюють за цивільно-правовими договорами та зовнішніх сумісників, а також працівників представництв, філій та інших відокремлених підрозділів. Зазначена методика наведена в Інструкції зі статистики кількості працівників, затвердженій наказом Державного комітету статистики України від 28.09.2005 р. № 1442;

- обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) не перевищує 1 млн. грн. за рік (ст. 1 Указу № 746). Об'єктом оподаткування єдиним податком є виручка від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). При цьому виручкою від реалізації вважають суму, фактично отриману суб'єктом підприємницької діяльності на поточний рахунок або (та) в касу за здійснення операцій з продажу продукції (товарів, робіт, послуг). У випадку реалізації основних фондів виручкою вважають різницю між сумою, отриманою від реалізації основних засобів, та їх залишковою вартістю.

- обмеження за видами діяльності (ст. 7 Указу № 746). Проаналізувавши їх, можна зробити висновок, що не зможуть перебувати на єдиному податку:

- довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи;

- СПД, які займаються обміном іноземної валюти;

- спільні підприємства;

- СПД, які працюють у сфері грального бізнесу;

— виробники підакцизних товарів, СПД, що здійснюють господарську діяльність, пов'язану з експортом, імпортом та оптовим продажем підакцизних товарів, оптовим і роздрібним продажем підакцизних пально-мастильних матеріалів;

— СПД, зайняті видобутком і виробництвом дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, оптовою і роздрібною торгівлею промисловими виробами із дорогоцінних металів;

— обмеження за структурою статутного капіталу (ст. 7 Указу № 746). Суб'єкти підприємницької діяльності за наявності у їх статутному фонді понад 25 % внесків, що належить юридичним особам — учасникам і засновникам, які не є суб'єктами малого підприємництва, не можуть перейти на спрощену систему;

— погашення бюджетних заборгованостей (ст. 4 Указу № 746). Однією з умов переходу на єдиний податок є сплата всіх встановлених податків і обов'язкових платежів за попередній звітний період.

— спосіб розрахунків (ст. 1 Указу № 727). Підприємства, які перейшли на спрощену систему оподаткування за єдиним податком, не мають права застосовувати інший спосіб розрахунків за операціями з реалізації, крім готівкового та безготівкового розрахунків коштами. Це означає, що платникам єдиного податку не можна займатися бартерними операціями, оскільки бартер — це господарська операція, що передбачає проведення розрахунків за товари (роботи, послуги) у формі, відмінній від грошової.

У тому випадку, коли внаслідок своєї специфічності підприємство має можливість застосовувати тільки одну з систем оподаткування, питання про доцільність не виникає, оскільки немає вибору. Якщо ж вибір є — виникає запитання: яка із систем є оптимальною для конкретного підприємства? Щоб дати відповідь на це запитання, необхідно здійснити розрахунок економічної ефективності застосування різних систем оподаткування.

На підставі проведеного нами дослідження за даними бухгалтерського та податкового обліку підприємств малого бізнесу Львівщини, для всіх підприємств найоптимальнішою є спрощена система оподаткування із застосуванням єдиного податку 10 %, оскільки загальна сума податків і зборів, які будуть сплачені, є майже у два рази меншою, ніж на загальній системі, та у 1,5 рази меншою, ніж на спрощеній системі єдиного податку 6 %. Однак при виборі системи оподаткування, крім цього, необхідно враховувати категорії осіб, з якими доведеться працювати підприємству, адже якщо переважній більшості покупців або замовників потрібні податкові накладні, то при переході на єдиний податок є сенс залишитися платником ПДВ. Якщо ж покупцями переважно є громадяни-споживачі, яким ця накладна не потрібна, то підприємство може відмовлятися від сплати ПДВ.

Проаналізувавши всі нюанси спрощеної системи для суб'єктів малого підприємництва, можна зробити висновок, що така система дає підприємству ряд переваг, які стосуються порядку оподаткування, обліку, фінансової та податкової звітності підприємства. Крім цього, підприємству на єдиному податку легше спрогнозувати суми податків, які воно повинно сплатити до бюджету в наступному періоді, а також спланувати свою діяльність.

Однак через незакріпленість спрощеної системи оподаткування у відповідному Законі України відбувається поступове її знищення. Набуття чинності законів України у сфері загальнообов'язкового державного соціального страхування призвело до оподаткування суб'єктів малого підприємництва, що працюють за спеціальними режимами, в частині сплати ними внесків до державних цільових фондів, що значно посилює податкове навантаження. Тому одним з першочергових заходів є прийняття Закону «Про єдиний податок», в якому необхідно врахувати критерії підприємств, які будуть працювати за цією системою, диференційовані ставки податку та пільги щодо сплати єдиного податку.

**Література**

1. Указ Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 03.07.98 р. № 727/98.
2. Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. № 2063-III.
3. Костюк Д. В. Бухгалтерський облік на малих підприємствах згідно з П(С)БО. — Х.: Фактор, 2000. — 197 с.
4. *Ткаченко О.* Що потрібно врахувати підприємству, яке хоче бути єдинником // Все про бухгалтерський облік. — 2006. — № 26. — С. 14–17.
5. <http://charts.finance.ua>.

Гелей Л. О., Городня Т. А.

## КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ РЕЙТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА

*Рейтингова оцінка ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства є одним з важливих засобів оцінки ризику для усіх учасників інвестиційної діяльності та ділових партнерів. Рейтинг — це своєрідний індикатор, який або підтверджує ефективність технічної та економічної політики підприємства або дає сигнал про необхідність корекції.*

Останнім часом особливий інтерес виникає до діагностики певних конкурентних переваг підприємств-суперників на ринку, тобто до порівняльної діагностики. Важливою складовою цієї діагностики є аналіз стану конкурентних показників підприємств-суперників за комплексною оцінкою. Комплексна оцінка дозволяє зробити узагальнений висновок про результати діяльності підприємства, але, на жаль, на поточний момент існуючі методологічні основи не дозволяють розробити зручні для використання методи комплексної оцінки. Треба відмітити, якщо для комплексної оцінки використовувати невелику кількість показників, то одержана оцінка не є комплексною. Якщо при розрахунках комплексної оцінки використовувати значну кількість часткових показників, то достатньо швидко збільшуються витрати на збір інформації та розрахунки. Тому в кожному дослідженні дуже важливо знайти ту кількість показників, сукупність яких в достатній мірі може характеризувати діяльність підприємства.

Сутність комплексної оцінки полягає в об'єднанні різними методами часткових показників в єдиний інтегральний показник, який дозволяє зробити однозначний висновок про ефективність діяльності. Але у зв'язку зі складністю одночасного контролю великої кількості різноманітних показників значного поширення набули процедури вже відомої комплексної оцінки, на підставі яких можна обчислювати рейтинг як узагальнену і порівняльну оцінку конкурентоспроможності.

В умовах ринкових відносин рейтингова оцінка (рейтинг) відображує відносний взаємний стан роботи різних фірм та організацій. Його мета — створення своєрідного фотопортрета положення, в якому на момент проведення оцінки знаходиться підприємство.

Оцінка може проводитися як у просторі (порівняння різних підходів, модифікацій), так і за часом (у різні періоди роботи підприємства). Щоб зорієнтуватися у ринковій ситуації, підприємству необхідно правильно оцінювати не тільки свій потенціал, а й потенціал своїх конкурентів. Рейтинги підприємств, оцінка їх виробничо-господарської діяльності має суттєве значення для інвесторів, партнерів, акціонерів тощо. Чим вище рейтинг, тим більш заохочено інвестори будуть вкладати свої засоби та надавати кредити.

При подальшому розвитку ринкових відносин для виробників готової продукції стають вагомими питання підвищення рейтингу підприємства. При її оцінці розглядається 4 групи показників:

- прибуток підприємства;
- ефективність управління;
- оцінка ділової активності;
- ліквідність;
- ринкова стійкість.

Основні показники рейтингової оцінки ефективності діяльності підприємств за методикою відомих вчених Баканова та Шеремета пропонується об'єднувати в 4 групи:

1 група. Показники оцінки прибуткової діяльності:

- загальна рентабельність підприємства;
- чиста рентабельність;
- рентабельність власного капіталу;
- загальна рентабельність виробничих факторів.

2 група. Показники оцінки ефективності управління:

- чистий прибуток на грошову одиницю обсягу реалізованої продукції;
- прибуток від реалізації продукції на грошову одиницю обсягу реалізованої продукції;

- прибуток від усієї реалізації на грошову одиницю обсягу реалізованої продукції;
- загальний прибуток на грошову одиницю обсягу реалізованої продукції.

3 група. Показники оцінки ділової активності:

- віддача усіх активів;
- віддача основних фондів;
- оборотність оборотних засобів;
- оборотність запасів;
- оборотність банківських активів;
- віддача власного капіталу.

4 група. Показники ліквідності та ринкової стійкості:

- поточний коефіцієнт ліквідності;
- критичний коефіцієнт ліквідності;
- індекс постійного активу;
- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами.

Проведення порівняльної рейтингової оцінки конкурентоспроможності підприємств включає такі основні етапи:

- збір, систематизацію та аналітичне опрацювання інформації за певний період часу;
- вибір та обґрунтування системи показників, що використовуються для обчислення рейтингової оцінки.
- розроблення методики щодо обчислення інтегрованого показника рейтингової оцінки.
- ранжування об'єктів згідно зі значеннями інтегрованого показника рейтингової оцінки.

III. Результати. При аналізі діяльності підприємства найбільш відомим є алгоритм рейтингової оцінки підприємства, який в загальному вигляді наступний [1,2]:

1. Вихідні дані формуються у вигляді матриці  $\|a_{ij}\|$ , де по кожному  $i$ -му рядку записуються номери показників, а по кожному  $j$ -му стовбцю — номери підприємств ( $i = \overline{1, n}$ ). Таким чином складається початкова матриця вихідних даних.

2. По кожному показнику, тобто по кожному рядку, знаходиться максимальне його значення і виноситься в окремий  $(m + 1)$ -й стовбець. Тобто матриця доповнюється ще одним стовбцем з максимальними значеннями:

$$A_{i(m+1)} = \max a_{ij}.$$

Величини називаються еталонами, або базовими величинами.

3. Розрахунок елементів нової матриці  $A_{i(m+1)}$ , яка складається з нормованих величин відносно вибраних еталонів

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{A_{i(m+1)}}.$$

4. Знаходження величини рейтингу по кожному  $j$ -му підприємству:

$$R_j = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{nj})^2},$$

або

$$R_j = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n (1 - x_{ij})}.$$

Ця формула знаходить рейтингову оцінку для кожного  $j$ -го підприємства по мінімальному відхиленню від підприємства-еталона, для якого еталон прийнятий рівним 1.



5. По одержаним значенням  $R_j$  усі підприємства упорядковуються (ранжуються) по спаданню рейтингової оцінки.

Найвищий рейтинг має підприємство з мінімальним значенням  $R_1$ .

Для даного алгоритму ніяких обмежень стосовно кількості показників та підприємств немає.

Особливістю показників є те, що вони всі мають одну спрямованість. Це означає, що чим вище рівень показника або чим вище темп його росту, тим краще фінансовий стан цього підприємства. Тому при розширенні системи показників (тобто включення нових показників) треба слідкувати, щоб ці умови не порушувались.

Алгоритм рейтингової оцінки має декілька модифікацій:

1. Використання наступної формули:

$$R_j = \sqrt{a_{1j}^2 + a_{2j}^2 + \dots + a_{nj}^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n a_{ij}^2}.$$

Ця формула знаходить рейтингову оцінку  $j$ -го підприємства по максимальному віддаленню, а не по мінімуму від підприємства-еталона. Це означає, що найвищий рейтинг має підприємство, у якого сумарний результат максимальний.

Перевага цієї модифікації — у простоті розрахунків, але використовується тільки для показників, які характеризують успішну діяльність підприємства.

2. Використання вагових коефіцієнтів  $k_1, k_2, \dots, k_n$ :

$$R_j = \sqrt{ka_{1j}^2 + ka_{2j}^2 + \dots + ka_{nj}^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n ka_{ij}^2}.$$

Ця формула враховує значимість показників за допомогою експертних коефіцієнтів  $k_1$ .

3. Використання узагальненої формули:

$$R_j = \sqrt{k_1(1 - x_{1j})^2 + k_2(1 - x_{2j})^2 + \dots + k_n(1 - x_{nj})^2} = \sqrt{\sum_{i=1}^n k_i(1 - x_{ij})^2}.$$

При цій формулі найвищий рейтинг має підприємство з максимальною оцінкою.

Деякі автори рейтингову оцінку пропонують брати як обернену величину  $R_1$ , тобто  $\frac{1}{R_j}$ .

Розглянуті підходи для знаходження рейтингової оцінки фінансового стану, рентабельності та ділової активності підприємства мають такі переваги:

— методика базується на комплексному, багатомірному підході до господарчої діяльності підприємства;

— рейтингова оцінка діяльності підприємства виконується на основі звітних даних. Для її одержання використовуються важливі показники діяльності підприємства, які характеризують ринкову економіку.

— головним принципом пропонуємої методики є сопоставлення підприємств з реальними досягненнями конкурентів;

— для одержання рейтингової оцінки використовується гнучкий алгоритм для знаходження комплексної оцінки виробничо-господарчої діяльності підприємства.

### Література

1. Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатюк М. І. Економічний аналіз: Навч. посібник / За ред. Акад. НАН України, проф М. Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.
2. Кузин Б., Юрьев В., Шахдинаров Г. Методы и модели управления фирмой. — СПб: Питер, 2001. — 432 с.
3. Вавнькович Д. В. Удосконалення механізму реорганізації управління фінансовими ресурсами підприємства // Фінанси України. — 2004. — № 9. — С. 112.
4. Живолуга О. Сутність, необхідність та особливості управління економічним потенціалом підприємства // Торгівля і ринок: Темат. зб. наук. праць. — Вип. 10. — Том 2. — Донецьк, 2000. — С. 44–49.
5. Иванов В., Степанова Е. Система управління фінансовими ресурсами ПФК // Бизнес-информ. — 1999. — № 3–4. — С. 111–114.

Кишин О. В.

## РОЛЬ ДЕМОГРАФІЧНИХ ЧИННИКІВ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

*Економічний та соціальний розвиток регіону обумовлюється дією цілого ряду чинників, механізм впливу яких повинен досліджуватись з позицій системного підходу.*

*У статті показано вплив та зроблено аналіз демографічних чинників на соціально-економічний розвиток регіону.*

Економічне реформування вимагає здійснення ефективної і гнучкої регіональної політики. Важливою складовою цієї політики є програмування розвитку регіону наперед. Під регіональною політикою слід розуміти, з одного боку, чітко опрацьовану в законодавчому аспекті практичну діяльність держави в усіх регіонах країни, а з другого, — соціально-економічну політику, здійснювану на базі загальнодержавного законодавства самими регіонами для досягнення тих чи інших регіональних і місцевих цілей і завдань. Регіональну соціально-економічну політику можна визначити як сукупність таких економічних, правових та адміністративно-організаційних засобів і методів, що органічно поєднують загальнодержавні і місцеві інтереси, будучи спрямованими в кінцевому підсумку на повнокровний, рівноцінний та рівномірний розвитку регіонів і країни загалом. Стратегічною метою цієї політики має бути істотне підвищення життєвого рівня населення всіх регіонів на основі якісного поліпшення використання їх ресурсного потенціалу, принципово нових підходів до розвитку продуктивних сил, докорінного поліпшення екологічної обстановки. При розробці регіональної політики слід врахувати два її вирішальних напрямки. Незважаючи ні на які регіональні особливості, відмінності в рівнях соціально-економічного розвитку регіонів держава, по-перше, покликана забезпечувати міжрегіональну єдність відтворювальних макроекономічних процесів. По-друге, створити економічні інтереси в активній соціально-економічній діяльності регіонів, добиваючись забезпечення стратегічної мети розвитку, структурного та якісного оновлення господарства.

До числа праць, що мають значення для формування регіонального підходу до економічного розвитку, можна включити програмні роботи класиків англійської політекономії А. Сміта та Д. Рікардо, французького економіста Ф. Перру, французьких економістів Р. Кантільона та Ж. Б. Сея, американських економістів М. Вебера, М. Портера та ін.

Серед факторів, які впливають на соціально-економічний розвиток регіону, демографічна ситуація відіграє важливу роль. Чисельність населення та його склад є тими чинниками, які разом з купівельною спроможністю індивідів визначають потенційний обсяг спожитих товарів та послуг і таким чином безпосередньо впливають на виробництво, сферу обслуговування, масштаби експертно-імпорتنих операцій. Звичайно, і демографічні процеси — народжуваність, смертність та міграції — значною мірою залежать від соціально-економічної ситуації і рівня життя населення. Однак ця залежність далеко не стовідсоткова: за будь-яких умов перебіг демографічних процесів не може виходити за певні рамки. Зокрема, при низькому рівні добробуту подружні пари можуть обмежитись одною дитиною або й відкласти народження первістка на пізніший термін, проте відмова від бажання мати дітей взагалі — досить рідкісне явище. Тому демографічні дослідження є базою для оцінки обсягів пропозиції робочої сили, попиту на товари та послуги, масштабів антропогенного навантаження на територію. Для демографічної ситуації України у період переходу до ринкових відносин характерні: падіння народжуваності, зростання смертності, зменшення міграційного сальдо. Однак гострою соціально-демографічною проблемою є не так зменшення самої чисельності населення, як трансформації його вікової структури, зокрема зростання питомої ваги осіб старших вікових груп. Цей процес, який у науковій літературі отримав назву «старіння населення», з одного боку, став закономірним результатом безумовно позитивної

тенденції — зростання тривалості життя людей. Але з другого боку, високий рівень старіння нації призводить до негативних соціально-економічних наслідків, особливо це стосується країн з високим рівнем життя. Збільшення кількості осіб похилого віку обумовлює зростання державних витрат на їхнє соціальне забезпечення. Якщо одночасно не збільшуться (або збільшується нижчими темпами) кількість платників податків (якими переважно є особи працездатного віку), неминуче настає зростання податкового тиску. Однак високі податки знижують мотивацію до праці, а отже і продуктивність її, що негативно позначається на суспільному добробуті.

Віковий склад населення істотно впливає і на перебіг демографічних процесів: інтенсивність смертності значно вища серед осіб похилого віку, ніж серед молоді. Відповідно, чим більша питома вага перших у чисельності населення, тим більшим буде і загальний коефіцієнт смертності (відношення кількості померлих до загальної чисельності населення). Кількість же народжених залежить не від чисельності всього населення, а лише від чисельності жінок дітородного віку (в науковій літературі береться діапазон 15–49 років), особливо тих, що перебувають у найбільш репродуктивно активному віці (18–30 років). Власне, уповільнення темпів зростання чисельності населення в Україні у середині 1970-х рр. і перехід до депопуляції в 1993 р. стали результатом підвищення рівня старіння населення.

Отже, демографічні тенденції та перспективи розвитку населення слід врахувати при прийнятті політичних рішень. Зокрема, передумовою розробки державної соціально-економічної стратегії є прогнозування чисельності та складу населення країни. Фахівці відділу дослідження проблем людського розвитку Ради з вивчення продуктивних сил НАН України розробили прогноз демографічного розвитку України до 2076 р. Він має кілька варіантів відповідно до вірогідних сценаріїв соціально-економічного розвитку України та можливих змін у державній соціально-демографічній політиці. При цьому, прогнозом не передбачені варіанти стихійних лих, техногенних катастроф, широко-масштабних воєнних дій та інших катаклізмів в Україні або сусідніх державах. Розробці прогнозу передував всебічний аналіз факторів, що впливають на демографічні процеси, глибокі дослідження перебігу народжуваності, смертності міграцій населення в Україні та глобальних світових тенденцій демографічного розвитку. Одна з базових гіпотез розробки прогнозу — приплив в Україну іммігрантів з афро-азіатських країн. Таке припущення спирається на неминучість зменшення чисельності населення держави та обсягу пропозиції робочої сили у найближчому майбутньому. За наявної вікової структури, навіть при досягненні надзвичайних успіхів у сфері зниження смертності та підвищення середньої тривалості життя населення — доведенні її до рівня 85 років для жінок і 80 років для чоловіків (це на півтора-два роки більше, ніж нині у найбільш економічно розвинених та заможних країнах світу), перевищення чисельності народжених над кількістю померлих можливе лише за умови, якщо кожна 10 українських жінок протягом свого життя народжуватимуть у середньому не менше 25 дітей. Однак в Україні, як і в будь-якій іншій європейській державі, третя дитина в сім'ї навряд чи буде поширеним явищем, навіть якщо повністю відпадуть матеріальні проблеми. Врахувавши, що певна частина подружніх пар у кожному разі обмежаться однією дитиною, а деякі взагалі не зможуть мати дітей, — то й за найліпшого (який можна тільки собі уявити) рівня життя населення ми не перевищимо показник 21–22 дитини в середньому на 10 жінок.

Єдиним джерелом зростання (або принаймні стабілізації) чисельності населення України, задоволення потреб економіки в робочій силі та підтримання необхідного рівня господарського освоєння території стають міграційні процеси (власне, у багатьох західноєвропейських країнах збільшення чисельності населення нині досягається виключно за рахунок міграцій). Майбутня чисельність населення України та його склад

насамперед залежатимуть від масштабів та спрямованості міграційних процесів. І річ тут не лише в безпосередньому припливі населення, й у тому, що наслідком багаторічної переваги прибуття над вибуттям стане омолодження вікової структури (переважну більшість мігрантів становлять молоді люди) — частка молоді в чисельності населення зросте, відповідно збільшиться народжуваність і зменшиться смертність. Крім того, поселення в нашій державі численної групи вихідців з країн із традиційно високою народжуваністю сприятиме її зростанню в Україні.

За найсприятливіших тенденцій економічного розвитку та при вжитті заходів із залученням мігрантів з країн третього світу, обсяг їх припливу може досягти 50 тис. осіб через 8–10 років і 300–400 тис. осіб щорічно у середині XXI століття. В такому випадку зменшення чисельності населення припиниться на початку 2020-х, після чого почнеться її зростання. Як очікується, у 2060 нас знову стане 52 млн, а за наступні 15 років кількість жителів України збільшиться ще на 6 млн. осіб. Згідно з найбільш реальним варіантом прогнозу, мінімальної чисельності населення буде досягнуто десь у 2025 р. Очікується, що вона становитиме трохи більше 43 млн. чол. Протягом наступних 50 років завдяки припливу переселенців з країн Азії та Африки загальна кількість жителів нашої держави поступово зростатиме і на початок 2075 року становитиме 51,5 млн. осіб. Найважливішим наслідком лібералізації міграційної політики стане уповільнення темпів старіння населення, досягнення більш-менш прийнятного співвідношення між платниками податків та особами, які перебувають на отриманні держави.

#### Література

1. Симоненко В. Регіональна політика: системний підхід. — 1996. — № 6.
2. Заяць Т. Механізм регулювання територіальних ринків робочої сили. — 1996. — № 10
3. Розміщення продуктивних сил України / За ред. Є. П. Качана. — К: Вища школа, 1997.

*Лаврентів Л. В.*

## **АКЦИЗНИЙ ЗБІР ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВ**

*У статті проаналізовано вплив непрямих податків, зокрема акцизного збору, на фінансово-господарський стан підприємств.*

В економіці України непрямі податки відіграють надзвичайну важливу роль. Вони становлять значну частку дохідної частини державного бюджету і виступають одним з істотних засобів перерозподілу національного доходу. Непрямі податки включаються у вигляді надбавки до ціни товару або послуги, а тому є одним із важелів впливу держави на споживання, а отже, й на виробництво товарів та послуг [2].

Дослідженню основних аспектів оподаткування присвячені праці багатьох провідних вітчизняних і зарубіжних економістів. З-поміж них воліємо назвати роботи Ц. Г. Огонь, А. М. Поддєрьогіна та ін. Проведені дослідження не враховували вплив непрямих податків, зокрема акцизного збору на зміну якості кінцевої продукції.

В умовах економічної трансформації в Україні справляються такі непрямі податки: податок на додану вартість, акцизний збір та мито. ПДВ оподатковуються усі товари й послуги, окрім звільнених від оподаткування відповідно до чинного законодавства. На відміну від ПДВ, акцизний збір використовується для оподаткування обмеженого переліку товарів. Мито справляється при перетині товарами митних кордонів держави і поділяється на ввізне та вивізне [2].

Дослідження І. М. Данко засвідчили, що непрямі податки впливають на фінансово-господарську діяльність підприємств по основних напрямках:

- на результати діяльності суб'єктів господарювання через включення податку до ціни реалізації продукції або послуг;
- на фінансовий стан підприємства через іммобілізацію обігових коштів, що виникає, зокрема внаслідок особливостей сплати непрямих податків до бюджету [2].

Один із важливих наслідків впливу непрямих податків полягає у потенційних змінах якості кінцевої продукції. Якість є однією з ознак, за якими споживач обирає товар чи послугу. На рівень якості впливають різноманітні фінансово-господарські рішення суб'єкта господарювання, зокрема щодо виробничих технологій, сировини та матеріалів, додаткових інвестицій у модернізацію устаткування, придбання і встановлення систем контролю. Визначення рівня якості також залежить від ситуації на ринку, регулювання з боку державних органів та наявності достатніх фінансових ресурсів для забезпечення програм з підвищення якості. Одним з чинників, що може зумовлювати господарські рішення керівництва підприємства щодо якості, є система оподаткування та її окремі складові [2].

Проблемі впливу непрямих податків на якість товару на ринку присвячені дослідження зарубіжних економістів. Встановлено, що на якість впливає тип ставки оподаткування. Подальші емпіричні дослідження цієї проблеми на прикладі тютюнових виробів у США засвідчили, що застосування відсоткової ставки прямого податку спричиняє зниження, а фіксованої — підвищення якості продукції [6].

Відповідно до Положення «Про порядок нарахування, терміни сплати і подання розрахунку акцизного збору», акцизний збір обчислюється комбіновано, тобто за ставками у відсотках до обороту з ціни реалізації, але не менше установленої твердої суми з одиниці реалізованого товару (продукції) для підакцизних товарів, на які чинним законодавством встановлено такі ставки.

Сума АЗ, якщо ставка встановлена у відсотках до обороту з ціни реалізації, обчислюється в такому порядку [1].

Спочатку визначається оподаткований оборот за встановленими виробником або імпортером максимальними роздрібними цінами, без врахування податку на додану вартість та АЗ, окремо за кожним видом товару (продукції) за формулою:

$$o = (m - a - n) * k, \quad (1)$$

де  $o$  — оподаткований оборот,

$m$  — максимальна роздрібна ціна за кожним видом товару,

$a$  — сума АЗ в складі максимальної роздрібною ціни,

$n$  — сума ПДВ в складі максимальної роздрібною ціни,

$k$  — кількість товару в одиницях виміру, на які встановлено максимальну роздрібну ціну.

Після визначення оборотів з реалізації обчислюється сума АЗ за кожним видом товару, на який встановлено максимальну роздрібну ціну, за формулою:

$$a = c * o, \quad (2)$$

де  $a$  — сума АЗ за ставками у відсотках до обороту з реалізації за кожним видом товару,

$c$  — ставка АЗ у відсотках до обороту з реалізації,

$o$  — оподаткований оборот за кожним видом товару.

Сума АЗ, якщо ставка встановлена одночасно у відсотках до обороту з ціни реалізації та у твердих сумах з одиниці реалізованого товару (продукції), обчислюється за формулою:

$$a = a_1 + a_2, \quad (3)$$

де  $a_1$  — сума АЗ, обчислена за ставками у відсотках до обороту з реалізації,

$a_2$  — сума АЗ, обчислена за ставками у твердих сумах з одиниці реалізованого товару (продукції).

Далі визначається сума податкового зобов'язання за формулою:

$$A = e \cdot a, \quad (4)$$

де  $A$  — сума податкового зобов'язання,

$a$  — сума АЗ, обчислена за кожною максимальною роздрібною ціною за кожним видом товару.

Щодо суми АЗ, якщо ставка встановлена у відсотках до обороту з реалізації, то вона обчислюється у такому порядку.

Спочатку визначається оподаткований оборот за цінами реалізації, без урахування ПДВ, за кожною ціною реалізації за кожним видом товару (продукції) окремо за формулою:

$$o = (q - n) * k, \quad (5)$$

де  $o$  — оподаткований оборот,

$n$  — сума ПДВ у ціні реалізації,

$k$  — кількість реалізованого товару (продукції).

Після визначення оборотів обчислюється сума АЗ за кожним видом товарів за формулою:

$$a = c * o, \quad (6)$$

де  $a$  — сума АЗ за ставками у відсотках до обороту з ціни реалізації,

$c$  — ставка АЗ у відсотках до обороту з ціни реалізації,

$o$  — оподаткований оборот за кожним видом товару.

Сума АЗ, якщо встановлена комбінована ставка, тобто за ставками у відсотках до обороту з ціни реалізації, але не менше встановленої твердої суми з одиниці реалізованого товару (продукції) для підакцизних товарів, обчислюється за кожним видом товару (продукції) за формулами:

$$a = a_1 \vee a_2, \quad (7)$$

$$a = a_2 \vee a_1, \quad (8)$$

де  $a$  — сума АЗ за комбінованими ставками за кожним видом товару,

$a_1$  — сума АЗ, обчислена за ставками у відсотках до обороту з ціни реалізації,

$a_2$  — сума АЗ, обчислена за ставками у твердих сумах з одиниці реалізованого товару.

Після визначення сум АЗ за кожним видом товару (продукції), визначається загальна сума податкового зобов'язання за комбінованими ставками за формулою:

$$A = e \cdot a, \quad (9)$$

де А — загальна сума податкового зобов'язання за комбінованими ставками,

а — сума АЗ, обчислена за ставками у відсотках до обороту з ціни реалізації або за ставками у твердих сумах, за кожним видом товару (продукції).

Непрямі податки по-різному впливають на якість товару залежно від типу ставки. За адвалорної ставки податок залежить від ціни і зростає в абсолютному вимірі для дорожчих товарів. Якщо на ринку пропонується продукція одного типу, але різних марок з різними цінами, то за умов запровадження відсоткової ставки різниця цін після оподаткування перевищуватиме відповідний показник до введення податку. Відповідно споживання дорожчих товарів скорочуватиметься більшою мірою порівняно з дешевшими [2].

Запровадження фіксованої ставки непрямого податку призведе до ефекту Алчіана - Аллена, який було спочатку сформульовано для транспортних затрат — при включенні до вартості товару додаткової складової, що залежить лише від кількості, дорожчі товари стають привабливими до споживача порівняно з дешевшими [3].

В Україні уряд може обирати між фіксованою та відсотковою ставками лише при оподаткуванні акцизним зором. Обидва типи ставок передбачені чинним законодавством, зокрема для тютюнових виробів. При підвищенні відсоткової ставки і відповідному зростанні ціни споживач може звернутися до дешевої продукції з нижчою якістю, що є небажаним. Звичайно, покупці можуть відмовитися від споживання низькоякісної продукції, але щодо основних оподаткованих акцизним збором товарів — тютюнових та алкогольних виробів — попит досить нееластичний через звички [2].

Більша частка фіксованої ставки у загальній сумі акцизного збору могла б сприяти зростанню на ринку пропозиції тютюнових виробів вищої якості [4].

Отже, аналізуючи вплив непрямих податків, зокрема акцизів, треба враховувати зміни якості оподатковуваної продукції. Одним із можливих варіантів пом'якшення цього впливу є збільшення фіксованої складової у межах комбінованої ставки акцизного збору з одночасним зменшенням адвалорної частки. Це певною мірою сприятиме підвищенню якості товарів, що оподатковуються акцизним збором. Однак оскільки фіксована ставка не залежить від ціни, необхідно регулярно її коригувати з урахування інфляції, щоб підтримувати державні надходження від акцизного збору на заданому рівні.

### Література

1. Акцизний збір // Все про бухгалтерський облік. — 2005. — № 46.
2. Данко І. М. Непрямі податки: їх вплив на фінансово-господарські рішення // Фінанси України. — 2006. — № 1. — С. 131–135.
3. Огонь Ц. Г. Доходи місцевих бюджетів та напрями їх реструктуризації // Фінанси України. — 2005. — № 10. — С. 3–11.
4. Седова Н. В. Акцизное налогообложение в современной России // Фінанси України. — 2004. — № 12. — С. 41–45.
5. James J. S. and J. M. Alston: Market — level analysis, 2001. — P. 38.
6. Sobel, Russell and Thomas Garrett. Taxation and Product Quality: New Evidence from Generic Cigarettes // Journal of Political Economy, 1997. — P. 880–887.

## ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

*Проводиться ґрунтовний аналіз законодавчої бази державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні. Розглядається рівень практичної реалізації окремих положень відповідних нормативно-правових актів. Наводяться застереження з приводу доцільності їх застосування.*

Однією із тенденцій сучасного розвитку світової економіки є помітна активізація міжнародних інвестиційних потоків, головним чином прямих іноземних інвестицій. Надходження таких капіталовкладень в економіку приймаючої країни сприяє активізації інтеграційних процесів, раціоналізації використання виробничих ресурсів, вдосконаленню технологічної бази, підвищенню рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки тощо. Необхідною умовою залучення достатнього обсягу іноземних інвестицій є високий рівень привабливості інвестиційного клімату, в основі якої лежить законодавча база державного регулювання інвестиційної діяльності та практика реалізації відповідних нормативно-правових актів.

Перш за все визначимо, що ми розуміємо під поняттями «державне регулювання» та «інвестиційна діяльність». Шляхом узагальнення та консолідації усіх відомих підходів до тлумачення відповідних термінів державне регулювання, зокрема, можна визначити як сукупність інструментів, за допомогою яких відповідні органи держави на базі законодавства та в межах своєї компетенції чинять вплив на процес функціонування тієї чи іншої сфери суспільного життя. Таким чином, можна говорити про «державне регулювання економіки», «державне регулювання інноваційної діяльності» чи «державне регулювання зовнішньої торгівлі». З іншого боку, у контексті сучасних тенденцій лібералізації економіки наведені словосполучення потребують детального тлумачення та конкретизації. Насправді, державне регулювання різноманітних процесів у суспільстві присутнє з моменту виникнення перших державоподібних утворень. З того часу, звісно, чимало змінилося. Незважаючи на доволі нерівномірний характер перетурбацій, що відбулися у сфері впливу держави на суспільне життя, можна все ж визначити два основні напрямки змін. Перший із них і, мабуть, найпомітніший, — це втрата державою функції всеосяжного контролю над усім, що відбувається в межах її системи (політичної, економічної, культурної тощо); другий, швидше плід сучасності, полягає у появі недержавних форм координації життя суспільства. Сьогодні зміст поняття «державне регулювання» є органічною складовою процесів лібералізації економіки. А те, що позначає цей термін, дозволяє координувати, у нашому випадку, економічні процеси, не дозволяючи їм розвивати свої негативні прояви.

Наступне поняття, яке нас цікавитиме, — це «інвестиційна діяльність». Відповідно до Закону України «Про інвестиційну діяльність» цей термін тлумачиться як сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій [1]. Крім того, наводиться перелік цінностей, які слід вважати формами інвестицій, а саме:

- кошти, цільові банківські вклади, паї, акції та інші цінні папери;
- рухоме та нерухоме майно (споруди, устаткування та інші матеріальні цінності);
- майнові права, що випливають з авторського права, досвід та інші інтелектуальні цінності;
- сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навиків та виробничого досвіду, необхідних для організації того чи іншого виду виробництва, але не запатентованих («ноу-хау»);
- права користування землею, водою, ресурсами, будинками, спорудами, обладнанням, а також інші майнові права;
- інші цінності [1].



Невід'ємними складовими інвестиційної діяльності є її суб'єкти та об'єкти. Завдання нормативно-правової бази полягає у визначенні чіткого переліку можливих інвесторів та напрямків інвестування з метою ефективного регулювання відповідних процесів. Законодавство України передбачає, що суб'єктами (інвесторами і учасниками) інвестиційної діяльності можуть бути громадяни і юридичні особи України та іноземних держав, а також держави. Існує певне розмежування між поняттями «інвестор» та «учасник інвестиційного проекту». Інвесторами слід вважати суб'єктів інвестиційної діяльності, які приймають рішення про вкладення власних, позичкових і залучених майнових та інтелектуальних цінностей в об'єкти інвестування. Інвестори можуть виступати в ролі вкладників, кредиторів, покупців, а також виконувати функції будь-якого учасника інвестиційної діяльності. Учасниками інвестиційної діяльності ж можуть бути громадяни та юридичні особи України, інших держав, які забезпечують реалізацію інвестицій як виконавці замовлень або на підставі доручення інвестора.

Державне ж регулювання інвестиційної діяльності проявляється у визначенні правового статусу суб'єктів, а саме їх прав та обов'язків. Держава гарантує реалізацію прав та вимагає дотримання обов'язків. Інвестору, зокрема, надається свобода вибору цілей, напрямів, видів та обсягів інвестицій, а також можливість передачі іншим громадянам та юридичним особам права володіння, користування і розпорядження інвестиційними ресурсами. Взаємовідносини при такій передачі прав регулюються ними самостійно на основі договорів. Для інвестування можуть бути залучені фінансові кошти у вигляді кредитів, випуску в установленому законодавством порядку цінних паперів і позик. Майно інвестора може бути використано ним для забезпечення його зобов'язань.

Суб'єкт інвестиційної діяльності, у свою чергу, зобов'язаний:

- подати фінансовим органам декларацію про обсяги і джерела здійснюваних ним інвестицій;
- одержати необхідний дозвіл або узгодження відповідних державних органів та спеціальних служб на капітальне будівництво;
- одержати позитивний комплексний висновок державної експертизи щодо додержання в інвестиційних програмах та проектах будівництва діючих нормативів з питань санітарного і епідемічного благополуччя населення, екології, охорони праці, енергозбереження, пожежної безпеки, міцності, надійності та необхідної довговічності будинків і споруд, а також архітектурних вимог;
- додержувати державних норм і стандартів, порядок встановлення яких визнається законодавством України;
- виконувати вимоги державних органів і посадових осіб, що пред'являються в межах їх компетенції;
- подавати в установленому порядку бухгалтерську і статистичну звітність;
- не допускати недобросовісної конкуренції і виконувати вимоги антимонопольного регулювання;
- сплачувати податки, збори (обов'язкові платежі) в розмірах та у порядку, визначених законами України;

— для виконання спеціальних видів робіт, які потребують відповідної атестації виконавця, учасники інвестиційної діяльності зобов'язані одержати ліцензію [1].

Законодавчо передбачено також гарантії прав суб'єктів інвестиційної діяльності, захист інвестицій незалежно від форм власності, відповідальність суб'єктів інвестиційної діяльності за недотримання договірних зобов'язань та умов припинення інвестиційної діяльності.

Особливо часто наприкінці дев'яностих років минулого століття доводилося звертатися до норм, пов'язаних власне із захистом інвестицій. Така ситуація виникла у зв'язку із частою зміною законодавчої бази державного регулювання інвестиційної діяльності. Це призвело до багатьох непорозумінь особливо у відносинах із іноземними

інвесторами, яких такі перетурбації зачепили найбільше. Один за одним припиняли свою дію одні закони, замість них з'являлися зовсім інші, котрі все ж гарантували і досі гарантують продовження регулювання діяльності окремих суб'єктів інвестиційної діяльності на основі попередніх, а це, у свою чергу, не завжди реалізувалося на практиці, особливо, коли мова йшла про ті чи інші відшкодування інвесторам з боку держави. Єдина позитивна риса такої ситуації полягала у тому, що належним чином було відновлено права інвесторів за посередництвом органів судової влади. Хоча це помітно зіпсувало враження про інвестиційний клімат України і примусило врешті замислитися над недоцільністю експериментів у сфері правотворчості.

Законом України «Про інвестиційну діяльність» також передбачено цілі та форми державного регулювання у цій сфері. Мова йде, зокрема, про створення пільгових умов інвесторам, що здійснюють інвестиційну діяльність у найбільш важливих для задоволення суспільних потреб напрямках, насамперед соціальній сфері, технічному і технологічному вдосконаленні виробництва, створенні нових робочих місць для громадян, які потребують соціального захисту, впровадженні відкриттів і винаходів, в агропромисловому комплексі, в реалізації програм ліквідації наслідків Чорнобильської аварії, у виробництві будівельних матеріалів, в галузі освіти, культури, охорони навколишнього середовища і здоров'я [1]. Проаналізувавши відповідну статтю закону, робимо висновок про активну політику держави у сфері залучення інвестиційних ресурсів у національну економіку. Так воно виглядає на перший погляд. Проте сумний досвід функціонування спеціальних економічних зон і схеми надання пільг взагалі викликає сумніви з приводу доцільності такої політики. Адже будь-які винятки із правил зазвичай пов'язані із високим рівнем бюрократії та активізацією корупційної діяльності. Виникає логічне запитання: чи може українська економіка якимось по іншому привабити інвестора? Однозначно відповісти на це запитання важко, особливо враховуючи специфіку вітчизняних трансформаційних процесів. Теоретично, така можливість, безумовно, існує і навіть дозволяє залучати інвестиційні ресурси значно ефективніше порівняно із наданням пільг окремим інвесторам. На практиці ж відповідну політику достатньо вдало було реалізовано Республікою Польща. Там розпочали із ліквідації усіх пільг, у тому числі й тих, котрі надавалися іноземним інвесторам, поліпшили інвестиційний клімат загалом, і незабаром з'явилися охочі інвестувати. Статистика свідчить про високий рівень ефективності такої політики польського уряду. Зокрема, у 2000 році в економіку Польщі надійшло прямих іноземних інвестицій на суму понад 10 млрд. дол. США [3], тоді як українській економіці навіть загалом починаючи із 1994 року не вдалося залучити такого обсягу капіталовкладень.

Спершу стратегія сусіда не надто відрізнялася від вітчизняної. Існувало чимало пільг, проте вони чомусь інвесторів не приваблювали, адже змінювати необхідно було усю систему. Зовнішні прикраси всередині не зовсім сприятливого чи зовсім несприятливого інвестиційного клімату перехідної економіки аж ніяк не покращували ситуацію. Тому стратегія різко змінилася, і це дало результат.

Альтернативний шлях залучення інвестиційних ресурсів потребує реформаторських ініціатив, їх практичної реалізації і, як не дивно, чимало часу. Власне, тому й довелося розпочинати із застосування менш дієвого, проте більш оперативного інструмента, а саме надання інвесторам пільг. Наступним кроком повинно стати вдосконалення інвестиційного клімату держави (мова йде про економіку України) шляхом збалансування та максимізації позитивних проявів чинників його привабливості (до таких, зокрема, належать рівень стабільності у відносинах власності, перспективи економічного зростання, рівень бюрократичних перешкод та політичної стабільності у державі).

Проаналізувавши цілі державного регулювання інвестиційної діяльності, перейдемо до його форм. До них, зокрема, належить управління державними інвестиціями, а також

регулювання умов інвестиційної діяльності і контроль за її здійсненням усіма інвесторами та учасниками інвестиційної діяльності. Існують наступні шляхи державного регулювання відповідної сфери, закріплені на законодавчому рівні:

- надання фінансової допомоги у вигляді дотацій, субсидій, субвенцій, бюджетних позик на розвиток окремих регіонів, галузей, виробництв;
- державні норми та стандарти;
- антимонопольні заходи;
- роздержавлення і приватизація власності;
- визначення умов користування землею, водою та іншими природними ресурсами;
- політика ціноутворення;
- проведення державної експертизи інвестиційних програм та проектів будівництва;
- інші заходи [1].

Це лише доволі узагальнений перелік інструментів державного регулювання інвестиційної діяльності із тими ж таки пільгами під номером один. Більш детально варто розглянути ці ж заходи у сфері залучення іноземних інвестиційних ресурсів, не менш важливих, а часом і важливіших для національної економіки порівняно із вітчизняними.

Отож, для цього також існує відповідний нормативно-правовий акт під назвою Закон України «Про режим іноземного інвестування». Проаналізуємо цей документ.

Перше, що привертає увагу, це помітна деталізація видів та форм здійснення іноземних інвестицій, а також те, що підприємством з іноземними інвестиціями в Україні вважається підприємство будь-якої організаційно-правової форми, створене відповідно до законодавства України, іноземна інвестиція в статутному фонді якого становить не менше 10 відсотків [2].

Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності, окремим надаються пільги. Проте законодавчо можуть визначатися території, на яких діяльність іноземних інвесторів та підприємств з іноземними інвестиціями обмежується або забороняється, виходячи з вимог національної безпеки.

Досить важливою стаття відповідного закону, про практичне застосування положень якої у вже йшлося, є стаття про гарантії у разі зміни законодавства. Так от, у зв'язку із частою зміною спеціального законодавства України про іноземні інвестиції певною мірою захищено права інвесторів шляхом продовження дії нормативно-правового акту, на основі якого було здійснено капіталовкладення, на десять років з дня набрання чинності нового законодавства. Особливо це стосується змін у частині, що регламентує гарантії захисту іноземних інвестицій. Знову ж таки, теоретично це досить помітне вдосконалення у сфері правового регулювання інвестиційної діяльності, проте на практиці воно виявилось надто складним для втілення, адже постійно доводилося визначати, згідно із яким нормативно-правовим актом функціонує підприємство (у нашому випадку із іноземними інвестиціями) і згідно із яким воно повинно функціонувати. Власне у цьому питанні думки інвесторів та органів влади часто розходилися.

Закон також передбачає, що іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Державні органи не мають права їх реквізувати, за винятком випадків здійснення рятівних заходів в разі стихійного лиха, аварій, епідемій, епізоотій. При цьому іноземному інвестору гарантується адекватна і ефективна компенсація. Він має право на відшкодування збитків, включаючи упущену вигоду і моральну шкоду, завданих їм внаслідок дій, бездіяльності або не належного виконання державними органами України чи посадовими особами передбачених законодавством обов'язків щодо іноземного інвестора [2]. Отож, держава гарантує інвестору захист права власності. Це також повинно заохотити його активно здійснювати капіталовкладення у вітчизняну економіку.

Практично жодних застережень до даного положення закону немає. Проте є коментар на прикладі нещодавньої реприватизації гіганта металургійної промисловості України «Криворіжсталі» (зараз у зв'язку із приходом іноземного інвестора назву підприємства було трохи змінено). Ця подія — загалом позитивна для привабливості інвестиційного клімату України, та все ж викликає певні застереження. Неоднозначність трактування відповідного кроку української влади потенційними інвесторами може бути викликана, зокрема, тим, що саме державні органи було звинувачено у незаконних діях у справі першої приватизації заводу та великої кількості інших об'єктів державної власності. Це й може стати на заваді зростанню надходжень прямих іноземних інвестицій, адже інвестори побоюватимуться втратити придбані в Україні підприємства, незважаючи на вищенаведені правові гарантії.

Наостанок зазначимо, що внесок іноземного інвестора до статутного фонду підприємств з іноземними інвестиціями, а також за договорами (контрактами) про спільну інвестиційну діяльність, звільняється від обкладення митом. Пропуск майна, що ввозиться на територію України як іноземна інвестиція, здійснюється на підставі виданого підприємством простого векселя на суму ввізного мита з відстроченням платежу не більш як на 30 календарних днів з дня оформлення ввізної вантажної митної декларації. У разі фактичного зарахування вказаного майна на баланс підприємства у період, на який надається відстрочення платежу, вексель погашається і ввізне мито не справляється. Якщо ж протягом трьох років з часу зарахування іноземної інвестиції на баланс підприємства з іноземними інвестиціями майно, що було ввезене в Україну як внесок іноземного інвестора до статутного фонду зазначеного підприємства, відчужується, у тому числі у зв'язку з припиненням діяльності цього підприємства (крім вивезення іноземної інвестиції за кордон), підприємство з іноземними інвестиціями ввізне мито сплачує [2].

Окремими нормативно-правовими актами регулюється режим іноземного інвестування у спеціальних (вільних) економічних зонах. Та розгляд цього питання вимагає спеціального дослідження.

Підсумовуючи, хотілося б відзначити, що не даремно поруч із аналізом державного регулювання інвестиційної діяльності загалом наводяться правові засади режиму іноземного інвестування в Україні. Це пов'язано із сучасними тенденціями розвитку світової економіки, активізацією капіталопотоків між державами світу та безумовним позитивним впливом прямих іноземних інвестицій на економіку приймаючої держави. Щодо впливу, то це питання достатньо дискусійне, бо присутні і негативні риси відповідного процесу, проте власне від якості конкретного інвестиційного клімату і, зокрема, його правової компоненти залежить, які саме наслідки інвестування матиме для економіки.

### Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18.09.91. — [Цит. 2006, 10 лютого]. — Доступний з: <<http://www.rada.gov.ua/>>.
2. Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.96. — [Цит. 2006, 2 лютого]. — Доступний з: <<http://www.rada.gov.ua/>>.
3. Іноземні інвестиції в Україні / За ред. П. І. Гайдучького. — К.: УкрІНТЕІ, 2004. — 334 с.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

Гайворонюк Н. В.

### НОВІ ПІДХОДИ ДО РЕКЛАМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО І РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОДУКТІВ (філософсько-методологічний аспект)

*У статті обґрунтовується необхідність у запровадження інноваційних підходів до популяризації і рекламування туристичного та рекреаційного продуктів. Філософсько-методологічною основою для їх запровадження обирається антропологічний підхід. На його основі розробляється методика організації і проведення інформаційних турів. Апробація і практичне використання цієї методики пропонується для рекламування рекреаційної та туристичної сфери Львівщини.*

Філософське осмислення феномену туризму, яке активно відбувається в сучасній науці та освіті [4: 267; 5: 465], обґрунтовано підходить до його визначення як мультидисциплінарного, багатфакторного явища, в якому в єдиному ланцюгу поєднуються дуже різні поняття, що змістовно об'єднуються людиноцентрованим (антропологічним) ядром, завдячуючи якому туризм проявляє свої конструктивні можливості. Зокрема, одночасно справляє розвиваючий вплив на особистість як професійного діяча туристської справи, так і на пересічного учасника туристських подій, внаслідок чого обидві сторони «...відчувають себе причетними до створення ноосфери, світу цивілізованого людського єднання, в якому людина є не випадковим чужинцем, а законним жителем і господарем» [4: 16]. Поки що в вітчизняній туристичній індустрії бракує саме цього «розвиваючого» фактору, культури гостинності і креативних підходів до організації відпочинку та рекреації. В даній статті робиться спроба запропонувати один із таких підходів на основі розробки методики організації і проведення інформаційного туру з рекламування туристичного і рекреаційного продуктів.

Як відомо, одним із пріоритетів Державної програми розвитку туризму є оптимальне використання ресурсних можливостей України [1]. І хоча за останні роки в Україні відмічена позитивна динаміка у зростанні внутрішнього і в'їзного туризму, збільшенні попиту на лікувально-рекреаційні послуги санаторно-курортних закладів, фахівцями визнається неоптимальне використання ресурсних можливостей України як за кількісними так і за якісними показниками [2:179–180]. Для розбудови відпочинково-туристичних комплексів, розвитку матеріально-технічної бази, транспорту, побутової інфраструктури, збереження рекреаційних ресурсів необхідні регіональні програми, які б скеровувались на забезпечення комплексного вирішення пріоритетних проблем розвитку туризму та курортної сфери, покращення якості та розширення асортименту туристично- рекреаційних послуг, що в свою чергу потребує розвинутої системи рекламно-інформаційного забезпечення національного туристичного продукту як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Для Львівщини це особливо актуально, адже Львівська область відома, як одне з найкращих в Україні місць для рекреації та туризму. Зоною рекреації та туризму є південь області, територія Українських Карпат та Прикарпаття, де розміщені

такі відомі курорти: Трускавець, Моршин, Східниця. Найбільшими центрами пізнавального туризму є Львів та інші старовинні міста з історико-архітектурними пам'ятками: Жовква, Дорогобич, Городок, Самбір, Золочів. Крім того, на Львівщині знаходиться 4 гірськолижні курорти, кілька національних парків та рекреаційних зон тощо.

За сучасних умов, коли потенційний споживач туристичних і санаторно-рекреаційних послуг часто «відокремлений» від надавача послуг певною інформаційною блокадою і у багатьох випадках обмежений в доступі до інформації про ціни на подорожі, лікування, відпочинок, позбавлений можливості порівняти їх і обрати кращий для себе варіант, потреба у використанні методів, які одночасно наблизять споживача до надавача послуг, очевидна.

З нашого погляду, підхід, інформаційно-рекламні можливості якого недостатньо використані в туристичній і рекреаційній галузі, містить в собі «паблік-рілейшн». В літературі «паблік-рілейшн» визначається як вид діяльності, спрямований на формування позитивного іміджу фірми, доброзичливого ставлення до неї та її товар (послуги). «Паблік-рілейшн» як форму зв'язку рекламодавців з громадськістю через засоби масової інформації, можна більш активно запроваджувати у рекламування туристичної і рекреаційної сфери як конструктивний засіб впливу на потенційних споживачів туристичних та лікувально-рекреаційних послуг. З нашого погляду, особливо доцільним є проведення інформаційних турів з метою рекламування санаторно-курортних ресурсів, якими, зокрема, багата Львівщина [3:96].

Виходячи із суті «паблік-рілейшн», інформаційний тур можна віднести до одного із його видів і визначити як вид рекламної кампанії, що проводиться у форматі «паблік-рілейшн», головною метою якого є в самому широкому розумінні популяризація і рекламування послуг санаторно-рекреаційної сфери як унікального засобу відпочинку та відновлення сил і здоров'я людини.

Головною ідеєю інформаційного туру повинна бути ідея наближення інтересів продавця послуги та її споживача через широке використання засобів масової інформації і зв'язки з громадськістю, а тому в умовах формування конкурентного середовища на ринку лікувально-рекреаційних послуг продавець послуги повинен бути зацікавленим у максимальному поширенні інформації про себе, а споживач послуги — у її отриманні.

Завданням інформаційного туру може бути рекламування переваг конкретного санаторно-курортного закладу (або групи закладів) або послуги (комплексу послуг), які потребують інформаційної підтримки. Наприклад, послуга з діагностики або лікування хвороби за новою методикою або на основі найновішої медичної, діагностичної або лікувальної апаратури; або рекламування профілактичного профілю закладу, його рекреаційних можливостей, відновлювальних методик тощо. Нижче ми пропонуємо загальні методичні підходи до організації і проведення інформаційного туру.

Проведення інформаційного туру планується заздалегідь. Визначаються терміни його проведення, коло його учасників:

1. Організатори туру (це може бути рекламне агенство або ж інформаційно-рекламна група, створена на базі профільного навчального закладу).

2. Замовники, якими можуть бути як самі санаторно-курортні заклади, так і компетентні міські інституції, зацікавлені у промоції свого санаторно-курортного потенціалу.

3. Представники мас-медіа, які персонально відбираються на підготовчому етапі з врахуванням можливостей засобів масової інформації, які вони представляють та компетентності самих відібраних учасників у туристсько-рекреаційній проблематиці.

На підготовчому етапі організатори туру формують план (програму) проведення туру і складають його кошторис. Витрати на проведення туру можуть розподілятися

за домовленістю сторін. На цьому етапі доцільно концептуально опрацювати мету і завдання інформаційного туру, для чого необхідно сформулювати ряд ключових проблемних запитань і спробувати дати на них відповідь. Серед цих запитань можуть бути наступні: «З якою метою проводитиметься інформаційний тур?», «Якою буде його тривалість?», «Хто залучатиметься до його проведення?», «Як розподілятимуться витрати?», «Яким буде прогнозований результат проведення туру?».

Далі слід обрати форму проведення інформаційного туру. З нашого погляду, інформаційні тури можуть проводитись як «комплексні» і «індивідуальні».

В «комплексному» інформаційному турі можуть брати участь представники різних засобів масової інформації, а саме — газет, журналів, інформаційних агенств, телебачення тощо. Такий тур доцільно проводити за підтримки ряду як вітчизняних, так і зарубіжних мас-медіа. Зазначимо, що такий тур може ініціюватись і проводитись самими представниками мас-медіа (і в такому разі основні витрати покладаються на них), а може проводитись і на замовлення об'єктів санаторно-курортного лікування. В такому разі основні витрати будуть покладені на нього. Можливий і компромісний варіант, коли витрати оплачують дві сторони за домовленістю.

На підготовчому етапі розробляється програма проведення інформаційного туру, в яку включається набір попередньо узгоджених заходів, хід яких широко висвітлюється у засобах масової інформації та коментується в пресі, на телебаченні тощо. Складовими туру крім програми є маршрут та комплекс додаткових заходів, реалізація яких дозволяє досягти його головної мети. Важливим є питання про тривалість туру. Якщо тривалість туру декілька днів, то хід його проведення доцільно висвітлювати на інтернет-сторінках санаторно-курортних закладів *on line*, а також розмішувати на сайтах інформаційних агенств. Крім того, у інформаційні агенства повинна передаватись інформація про програму туру та хід її реалізації. Така ж попередньо підготовлена інформація повинна передаватись в компетентні міські або районні органи.

На основному етапі, в ході реалізації програми туру, бажано організовувати круглі столи, на які виносити обговорення актуальних питань розвитку санаторно-курортної сфери, проводити публічні дискусії з представниками влади щодо розвитку соціальної інфраструктури міст (районів), транспортного обслуговування, стану будівництва та ремонту автошляхів тощо; зустрічі з медичним та адміністративним персоналом санаторіїв з питань вивчення та обміну досвідом у наданні лікувально-рекреаційних послуг, запровадженні нових методик лікування тощо. Добрий результат дадуть такі додаткові заходи з відпочиваючими, які засновані на інтерактивних методах і безпосередньо активізують їх участь у тематичних опитуваннях, інтерв'ю, анкетуванні, курсах, розвагах, змаганнях.

Заключний етап інформаційного туру може проходити у вигляді підсумкової конференції або ж брифінгу організаторів із обов'язковим складанням прес-релізу про зміст і підсумки інформаційного туру. Всі ці події повинні широко висвітлюватись через засоби масової інформації (газетні публікації, радіопередачі, телебачення).

«Індивідуальний» інформаційний тур передбачає забезпечення його проведення силами одного з авторитетних телеведучих або журналістів, ім'я якого добре відомо у професійних колах як працюючого за відповідною тематикою. Такий тур проводиться згідно побажань замовника і його тривалість залежить від взаємних домовленостей. Витрати на відрядження журналіста (телеведучого) бере на себе санаторно-курортний заклад, він же оплачує його проживання і харчування.

Особливо підкреслимо, що в ефективності інформаційного туру важливу роль відіграє фаховість і професійна етика представників мас-медіа, адже через них здійс-

нюється зв'язок з громадськістю, формується суспільна думка, розповсюджується рекламна інформація. В узагальненому вигляді в основу представників від мас-медіа під час проведення інформаційного туру, на нашу думку, повинні бути покладені такі принципи:

- фаховість та володіння туристсько-рекреаційною проблематикою;
- об'єктивність подання інформації про санаторно-курортні заклади та послуги, що ними надаються;
- компетентність при рекламуванні медичних та рекреаційних послуг;
- дотримання етичних норм при отриманні і розповсюдженні інформації, спілкуванні з персоналом, керівництвом санаторно-курортних закладів, відпочиваючими;
- своєчасне висвітлення в інформаційних джерелах отриманих під час туру вражень у форматі газетних публікацій, радіопередач, повідомлень на інтернет-сторінках тощо.

З нашого погляду суттєво, що під час реалізації програми туру відбувається безпосереднє ознайомлення його учасників з матеріально-технічною базою санаторно-лікувальних закладів і відповідно — оцінка її реального стану, його структурних підрозділів, а потім — донесення власних, отриманих з «перших рук» вражень до споживачів.

Як джерело інформації важливу роль відіграють зустрічі з адміністрацією, головним лікарем і медичним персоналом, ознайомлення з роботою лікувальних відділень тощо. Значну користь для споживачів дає інформація про ознайомлення учасників туру з роботою маркетингових відділів, вивчення стратегії формування портфелю платних і безкоштовних послуг (якщо така є), ціновою політикою закладу.

Підсумовуючи, зауважимо, що запропоновані вище підходи до проведення інформаційного туру окреслені лише в самих загальних рисах. Більше того, вони однозначно потребують вдосконалення і подальшої розробки, перевірки на практиці, хоча і у першому наближенні можна помітити переваги, які дає інформаційний тур як метод рекламної кампанії, що проводиться в новому, не звичному для споживача, форматі. Об'єктивними причинами, що перешкоджають використанню інформаційних турів у рекламуванні туристичного продукту і санаторно-рекреаційних послуг є недостатньо розвинута конкуренція на ринку санаторно-рекреаційних послуг і внаслідок цього відсутність у санаторно-курортних закладів зацікавленості у рекламуванні свого продукту (послуги), подекуди інертність роботи маркетингових служб підприємств і «закритість» в частині інформування про цінову політику підприємства (платні і безкоштовні послуги). Крім того, відсутність повного інформаційного банку даних санаторно-курортних закладів, а також — досвіду у роботі з представниками мас-медіа.

Практичне значення запропонованого підходу полягає в тому, що подібні інформаційні тури можуть розроблятися і проводитися силами студентів профільних вузів під фаховим керівництвом викладачів, що дасть можливість змістовно доповнити і розширити практичне навчання, наблизити інтереси теорії і практики і вже під час навчання «включити» студентів профільних навчальних закладів у реальний формат ринкових відносин.

### Література

1. Закон України Про внесення змін до Закону України «Про туризм». — № 1282-IV від 18. 11. 2003.
2. Ковешніков В. С., Безкоровайна Ю. В., Рубцов К. Л. Система програмних дій розвитку туристичної галузі України / Культура і освіта фахівців туристської сфери: сучасні тенденції і прогнози: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (13–14 жовтня 2004 р.) — К.: КУТЕП, 2005. — 465 с.
3. Мінеральні води та курорти Львівщини / Під ред. Матолича Б. М. — Львів, 2003. — 96 с.
4. Пазенок В. С., Федорченко В. К. Філософія туризму: Навчальний посібник. — К.: Кондор, 2004. — 267 с.
5. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму: Моногр. — К.: Слово, 2004. — 138 с.



Макухіна Н. О.

## ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТА ЗБУТОВОЇ ЛОГІСТИКИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

*У статті описані системи інформаційної та збутової логістики, ефективність їх застосування для розвитку туристичної індустрії. Проаналізовані принципи логістичної інформаційної системи та їх особливості в підприємствах туристичного бізнесу. Визначені пріоритетні напрямки при використанні логістичного підходу.*

В умовах глобалізації ринку проблема конкурентоспроможності туристичних підприємств є актуальною і вимагає застосування нових методів та інструментарію вирішення цієї проблематики. Одним з елементів, що дозволяють утримувати конкурентну позицію на ринку туристичної індустрії, є інформаційна та збутова логістика.

Логістична інформаційна система як засіб логістичного планування й управління матеріальним потоком на туристичному підприємстві повинна відповідати основній вимозі — можливості функціонувати в режимі реального масштабу часу, оскільки саме це визначає специфічні умови формування ефективності логістичних систем.

Створюючи логістичні інформаційні системи у туристичних підприємствах, необхідно керуватися такою системою принципів [1]:

- принцип використання апаратних і програмних модулів;
- принцип можливості поетапного створення системи;
- принцип встановлення місць стикування системи для їх звичайного переборення;
- принцип гнучкості системи з погляду специфічних вимог конкретного використання;
- принцип прийнятності (доступності) системи для використання в діалоговому режимі.

Ефективність системи інформаційної та збутової логістики туристичного підприємства визначається на основі використання різних підходів:

1. Ймовірністю виконання логістичних операцій, за певних умов та заданого критерію оптимізації, згідно якого функціонування системи визнається найкращим із можливих.

2. Може бути описана за допомогою інтегрального показника або системи показників, які характеризують вимоги споживачів, як кінцевої ланки логістичної системи, стосовно якості та ціни обслуговування. Одним із комплексних показників ефективності є якість обслуговування, оцінювана за наступними критеріями:

- здатність логістичної системи надати необхідний споживачеві продукт в потрібне місце в певний час за визначених умов;
- здатність логістичної системи забезпечувати необхідний рівень технологічного обслуговування продукції;
- тривалість логістичного циклу (наприклад, часу виконання замовлення).

3. Кількісна оцінка ефективності може бути здійснена шляхом «фіксації» визначеного рівня логістичних витрат.

Перший підхід найчастіше застосовується в практиці діяльності туристичних підприємств. Так, критерій оптимізації виражає граничну ступінь економічного ефекту для порівняльної оцінки можливих рішень та вибору найкращого з них (наприклад, максимізація прибутку, мінімізація витрат, найкоротший час досягнення мети).

На нашу думку, необхідно зупинитися на другому та третьому варіанті визначення ефективності логістичної системи.

Другий підхід ґрунтується на визначенні якості туристичного продукту безпосередньо його споживачами. Трансформація бажань споживачів (наявний товар>дешевий товар>якісний товар>дешевий і якісний товар>наявний дешевий і якісний товар) зумовила необхідність появи саме логістичних концепцій, що увібрала в себе все прогресивне, існуюче до них, і це певним чином вплинуло на предмет туристичного підприємства.

Рівень та якість обслуговування туристів стають все більш важливими, а найчастіше вирішальними аргументами в конкурентній боротьбі за споживача. Ефективність логістичного управління проявляється в найкращому задоволенні вимог споживачів до якості туристичних послуг, а задоволення цих вимог розглядається як інновації технологічного процесу надання послуг.

Специфічність туристичних послуг як товару унеможлиблюють повну якісну оцінку даних послуг до їх отримання. Тому визначення якості сервісу повинно ґрунтуватися на критеріях, які висовують споживачі послуг. Коли клієнт оцінює якість сервісу, він порівнює деякі фактичні значення параметрів виміру якості з очікуваними, і якщо очікування співпадають з фактом, якість послуг вважається задовільною.

Структурна систематизація вимог споживачів, які висовуються ними до запропонованого туристичного продукту дає змогу удосконалити пропозицію з орієнтацією на дані вимоги і, як результат, збільшення обсягу продажу продукту необхідного ринку в даний час, даної якості та за даною ціною, що є основним принципом логістичного підходу.

Систематизація залежностей виробничих характеристик туристичного підприємства по удосконаленню власної пропозиції та визначення їх пріоритетності дає підґрунтя для групування даних дій в наступних напрямках:

I група — маркетингова політика підприємства;

II група — виробнича діяльність туристичного підприємства посередника (туроператора, турагента);

III група — технологія формування та реалізації туристичного продукту;

IV група — управлінська діяльність туристичного підприємства.

Розглянемо залежність напрямків діяльності підприємства з результатами даної діяльності:

— по-перше, найбільше недоліків у роботі туристичних підприємств, на думку споживачів, виникає на етапі формування та реалізації продукту; недостатня кількість інформації та відмічена ненадійність її джерел;

— по-друге, швидка змінність інформації у часі, призводить до необхідності циклічного її оновлення та переробки;

— по-третє, порушення технології створення продукту та недотримання структури туристичної пропозиції призводять до зниження її конкурентоспроможності;

— по-четверте, на перше місце за пріоритетністю споживачами були винесені наступні виробничі характеристики: дотримання стандартів при розробці, плануванні та формуванні туристичної пропозиції; дотримання правил розробки програм перебування туристів, дотримання етапності планування маршрутів і турів; оптимізація технологічного процесу створення та реалізації туристичного продукту; наявність ефективних засобів здобуття, обробки та передачі інформації для організації надання різних видів послуг, відслідковування поточної і оперативної інформації та її доведення до відома споживачів.

Математично залежність між запитами споживачів ( $D$ ), виробничими характеристиками та їх оцінкою ( $B$ ) та позиціюванням продукції на ринку ( $P$ ) можна подати залежністю ( $W$ ):

$$W = \langle D, B, P \rangle,$$

де,  $D$  — множина можливих варіантів запитів споживачів;

$B$  — кінцева множина показників виробничих характеристик;

$P$  — алгоритм оцінки, яка реалізує логіку порівняльної оцінки.

Будь-яке значення  $X$  з множини  $D$  представляється вектором:

$$B(x) = (B_1(x), \dots, B_m(x)),$$

в  $m$ -мірному просторі показників якості, що визначається як декартовий добуток

$B = B_{1x} \dots B_{mx}$  з  $B_e^m$ , де  $B_j$  ( $j=1, m$ ) — множина допустимих значень  $j$ -го показника.

Оцінка якості логістичної системи полягає у визначенні ступеню відповідності оцінюваного об'єкту меті його функціонування. Мета може бути визначена опосередковано за допомогою «еталону» якості. Еталоном якості назвемо сукупність  $\{P_{jd}\}$  базових значень показників якості логістичної системи, тобто таких показників якості формування та реалізації туристичного продукту, який в найбільшій степені задовольняє очікування кінцевого споживача.

При оцінці рівня якості застосовуються декілька рівней шкалювання [4]:

1. Шкалювання відношення. Полягає у визначенні відносних показників якості  $\omega_j = P_j/P_{jd}$ , які визначають, у скільки разів об'єкт, що оцінюється краще чи гірше від базового  $j$ -го показника якості ( $j=1, m$ ).

2. Шкалювання різності з нормуванням. Полягає у визначенні оцінки рівня якості по  $j$ -му показнику якості у вигляді  $\omega_j = (P_{jd} - P_j)/P_{jd}$ , де виражений у відсотках показник  $\omega_j$  показує, наскільки оцінюваний об'єкт краще чи гірше базового.

3. Багатомірне шкалювання. Полягає у визначенні узагальненого показника  $W_{(\omega)}$ , де  $\omega = (\omega_1, \dots, \omega_m)$  — вектор відносних показників якості. Узагальнений показник характеризує ступінь відповідності об'єкту логістичної системи своєму значенню.

Третій підхід базується на визначенні та фіксації рівня логістичних витрат. Основною метою впровадження логістики в практику господарювання туристичних підприємств є зниження собівартості туристичного продукту та збільшення рентабельності як даної продукції так і підприємства в цілому.

Концепція загальних витрат є основною для аналізу логістичної системи. Функціонування будь-якого елемента оцінюється з урахуванням загальних витрат системи, оскільки мінімізація витрат окремих логістичних операцій може підвищити сукупні витрати при управлінні продуктовим потоком.

Для розрахунку собівартості продукту переважною більшістю туристичних підприємств — посередників застосовується алгоритм багатоваріантних розрахунків загальних витрат по організації конкретного продуктового потоку. Так, при можливості неодноразових ідентичних подорожей груп туристів за певним маршрутом та за однакових базових умов обслуговування на протязі певного періоду, може бути використаний наступний алгоритм [3]:

$$B_{\text{заг}} = (\epsilon \cdot C_n + C_{\text{мр}} + C_{\text{пп}} + C_{\text{па}}) \cdot K + B_{\text{кап}} + B_{\text{кр}},$$

де,  $B_{\text{заг}}$  — загальні витрати по організації продуктового потоку в ланцюгу «постачальник-споживач», грн. (ум. од.);

$C_n$  — ціна послуг підприємств-виробників (м) (готельне розміщення, екскурсійна програма, послуги страхування, інші види додаткових послуг, які входять до турпакету) у розрахунку на одного туриста, грн. (ум.од.);

$C_{\text{мр}}$  — ціна транспортного обслуговування одного туриста в залежності від виду транспортного засобу, класу обслуговування, маршруту та обраного тарифу, грн. (ум. од.);

$C_{\text{пп}}$  — ціна послуг підприємства-посередника у розрахунку на одного туриста грн. (ум. од.);

$C_{\text{па}}$  — ціна послуг підприємства-турагента у розрахунку на одного туриста грн. (ум. од.), що змінюється у залежності від загального розміру замовлення та розміру однієї групи туристів;

$K$  — кількість туристів чол.;

$B_{\text{кап}}$  — приведені капітальні витрати, пов'язані з функціонуванням туристичного підприємства, у розрахунку на одного туриста грн. (ум. од.);

$B_{\text{кр}}$  — вартість залучених банківських кредитів, у розрахунку на одного туриста грн. (ум. од.).

Як засвідчує практика, на обсяг загальних витрат суттєво впливають ціни на послуги підприємств-постачальників, які мають тенденцію до зміни в залежності від кон'юнктури ринку, сезону та кількості обслугованих туристів, а також транспортні витрати, ріст чи зниження ставок банківського кредиту, витрати на комунікації, пошук та активізацію потенційних споживачів.

Розглядаючи підприємство в інформаційно-логістичній площині можна виділити три найважливіших потоки: реальний (матеріальний), номінальний (фінансовий), інформаційний. На рис. 1. зображено складові інформаційної логістики в туристичному підприємстві.

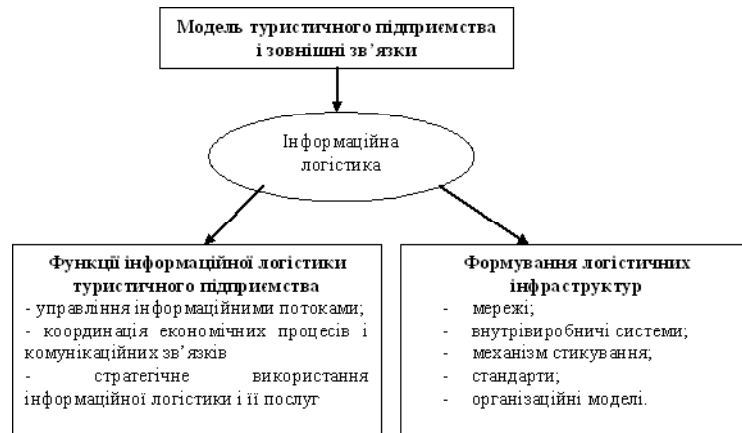


Рис. 1. Складові інформаційної логістики в туристичному підприємстві

Дані складові обумовлюють пріоритет інформаційної логістики з точки зору зростаючого значення інформаційного потоку для координації матеріального і фінансового потоків як всередині підприємства, так і в навколишньому середовищі. Тому логістично зорієнтована модель туристичного підприємства дозволяє оперативно здійснювати логістичне планування, аналіз і управління підприємством, забезпечуючи інтеграцію підприємства з ринком.

Як висновок, зауважимо, що побудова системи інформаційної та збутової логістики в практиці діяльності туристичних підприємств-посередників надає змогу збільшити обсяг реалізації тур продукту, правильно формувати виробничу програму підприємства та розширити перелік послуг, збільшити коло споживачів та найбільш повно задовольняти рекреаційні потреби населення відповідно до індивідуальних особливостей, підвищити рівень організації та надання послуг, удосконалити технологічний процес формування та реалізації туристичних послуг, здобути певні переваги в конкурентній боротьбі.

#### Література

1. Гаджинський А. М. Основы логистики. — М.: ИБЦ «Маркетинг», 2000. — 124 с.
2. Крикавський Є. Економічний потенціал логістичних систем. — Львів: ДУ «Львівська політехніка», 1997. — 168 с.
3. Крикавський Є., Гринів Н., Таранський І. Логістика і розвиток організацій. — Львів: ДУ «Львівська політехніка», 1999. — 160 с.
4. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике. — М.: Инф.-изд. дом «ФИЛИНЬ», 2001. — С. 425.

Габрель М. М., Дольнікова Л. В.

## ТУРИСТИЧНИЙ ОБРАЗ УКРАЇНИ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

*У статті узагальнено зібрану методом опитування інформацію про сприймання туристичного потенціалу України в країнах ЄС. Туристичний образ України в очах західноєвропейського туриста є надто спрощеним і однобоким.*

Становлення України як незалежної східноєвропейської держави, політичні та соціокультурні події, що відбуваються в Україні, значно підняли інтерес до України з боку країн європейської спільноти. Економічна та політична незалежність сприяли формуванню в державі туристичної індустрії, яка на сьогодні за багатьма показниками ще відстає від найбільш динамічних туристичних регіонів світу. За період незалежності збільшився потік українських туристів за кордон (з різною метою), а в свою чергу поступово формується глибше поняття про Україну, зростає інтерес до України туристичної. За останні 4–5 років в Україні відбулися суттєві зміни на туристичному ринку, проте існує ряд факторів негативної дії, що відлякують туристів. До цих факторів відносяться питання просування туристичного продукту, недосконалість транспортної та готельної інфраструктури тощо.

Сучасна концепція розвитку туризму трактує туриста як людину, котра зайнята пошуком своєрідності, колекціонера вражень і досвіду, що прагне під час своєї подорожі відчувати справжнє життя мешканців тієї місцевості і краю, що відвідує [7]. Турист — це людина, поведінка якої мотивована бажаннями зміни відомого на невідоме, побачити і зрозуміти іншу культуру, місцевість, людей, тобто в основу поведінки і дії туриста покладено мотив зміни. Проблеми стану та перспектив розвитку туризму в Україні, пошуку нових видів туризму в умовах українського ринку присвячено ряд досліджень. Серед них наукові дослідження Долишного М. І., Конішевої Н. Й., Мальської М. П., Любіцевої О. О., Цибуха В. І. та ін. Серед наукових досліджень є і публікації, присвячені атракційності України та її окремих регіонів [3; 4; 5; 6]. Проте проблема туристичного образу (ТО) України не знайшла системного аналізу в наукових працях. Відсутність таких досліджень підкреслює актуальність теми і тому спонукала авторів провести дослідження існуючого у свідомості мешканців окремих країн Європейського союзу (ЄС) туристичного образу України.

Територіальні межі охоплюють Україну та 10 країн ЄС, в яких автори мали можливість проводити дослідження (Польща, Австрія, Німеччина, Італія, Великобританія), або на їх прохання проводили дослідження туристи та трудові мігранти (заробітчани-українці) в тих країнах (Іспанія, Португалія, Греція, Франція, Туреччина). Часові межі охоплюють останні 10 років.

Метою даної статті є спроба окреслити туристичний образ України в країнах ЄС та обґрунтувати механізми його модифікації. Для досягнення поставленої мети нами вирішувались наступні завдання:

- обґрунтувати критерії оцінки ТО України;
- оцінити ТО України мешканцями окремих країн ЄС за системою обґрунтованих критеріїв;
- визначити туристичні ресурси України, які можуть зацікавити мешканців країн ЄС;
- визначити негативні сторони туристичного образу України в країнах ЄС;
- обґрунтувати шляхи підвищення ТО України в країнах ЄС.

Об'єктом дослідження є туристичний образ України в країнах ЄС. Предметом дослідження є визначення туристичного образу України у вибраних країнах ЄС та спроба його модифікування за допомогою пропозиції різноманітного туристичного продукту, пристосованого до очікувань користувачів.

Наше дослідження концентрується навколо трьох основних проблем:

- визначення туристичних ресурсів України та оцінка ефективності їх експонування;
- пізнання та оцінка існуючого за кордоном туристичного образу України;
- обґрунтування механізмів зміни та покращення туристичного іміджу нашої держави в Європі.

Зацікавлення цією темою один з авторів проявляє упродовж десяти років. Збір первинної інформації відбувався авторами під час перебування за кордоном на стажуванні (Австрія), на відпочинку (Італія, Німеччина, Великобританія) на роботі (Польща), а також на їх замовлення українськими громадянами, що прожили за кордоном 2 і більше років. Окреслювались звичаї та традиції відпочинку мешканців окремих країн, визначався ступінь пізнання і зацікавлення туристичним продуктом з України шляхом усного та письмового анкетування. Загалом опитано понад 100 респондентів з вибраних країн. Це дало можливість зібрати достатню кількість матеріалу для опрацювання. Важливим виявився опосередкований метод — детальний аналіз рекламної продукції закордонних та українських туристичних фірм.

Туристичний образ як категорія немає чіткого визначення. Це випливає з того, що він є явищем неоднорідним, змінюється разом із зміною свідомості туриста, є різноманітним до і після відвідин країни, на нього впливають різні стереотипи, які склались протягом століть тощо.

Користуючись визначенням образу [8], можна поділити його на дві частини: образ, що відноситься до якогось предмета чи особи, та образ (імідж), створений спеціалістами, що представляють продукт. Загалом можна говорити про різні образи України: політичний, економічний, образи окремих регіонів і міст, образ українця, образ української кухні тощо. У відношенні до туристичного образу ситуація аналогічна з образами зі сторони споживача та пропозиції (фірм).

Ф. Колер [9] за образ приймає суму переконань, вражень, думок, уявлень і емоцій особи або групи людей у стосунку до даного місця (продукту, об'єкта). Таким чином туристичний образ є результатом існуючих в суспільстві стереотипів і власного досвіду, а також певної туристичної «моди» та інших чинників. Тобто, таке трактування туристичного образу виступає як збір вражень споживача туристичного продукту і є результатом існуючих стереотипів, власних уявлень та конкретного досвіду. Такий образ є образом з боку споживача, і саме він має детально аналізуватись для обґрунтування шляхів підвищення туристичної атракційності України.

У фаховій літературі туристичні ресурси — це об'єктивно існуючі елементи природного та антропогенного середовища, які у випадку відповідного представлення та реклами можуть стати предметом зацікавлень туристів [10]. Таких туристичних ресурсів в Україні величезна кількість. Наявність в Україні таких ресурсів достатньо глибоко проаналізовано у фаховій літературі, конкретизовано та уточнено на підставі аналізу путівників та рекламної продукції по нашій державі. На першому етапі аналізу путівників визначено, які регіони України є найбільш атракційними (на підставі кількості рекламної продукції та сторінок в путівниках на опис регіону та його туристичної атракційності).

Наступним етапом нашого дослідження є порівняння в таблицях туристичних ресурсів відповідно до класифікації, причому здійснено поділ на умови природні та антропогенні у взаємозв'язку з адміністративним поділом України. Це дослідження мало на меті оцінити базові ресурси, які, завдячуючи своєму високому рангу, складають і завжди складали важливі туристичні умови (політичні, природні, історичні, культурологічні). Характерно, що вони мають, в основному, характер аполітичний і понадчасовий, а тому повинні бути основою для вироблення універсального туристичного продукту в Україні.

У результаті аналізу путівників, а також перекладу рекламної продукції (за кордоном) по виїзду в Україну можна зробити наступні висновки:

1. Не існує відповідної кореляції між кількістю туристично привабливих об'єктів, в т. ч. занесених до списку світової культурної та природної спадщини ЮНЕСКО, та кількістю місця, що відведено на їх характеристику у відповідних виданнях.

2. У путівниках більше уваги приділено антропогенним, а не природним засобам туристичної продукції, унікальної за природно-ландшафтними умовами України для уніфікованої Європи. Недостатньо пропозицій з виїздами в природне середовище.

3. Рекламуються добре знані туристські об'єкти, до яких звикли іноземці. Найбільш поширеною є туристська пропозиція у формі короткого виїзду до відомих міст України.

Таким чином, туристичний образ України сформувався під впливом системи зовнішніх чинників: історичних, економічних, політичних, психологічних та інших, що впливають на мешканців країни протягом певного часу. Наприклад, що Україна та українці — це бездержавна нація, бідна та недемократична держава. Формування стереотипу туристичного образу [11] здійснюється через письмові джерела, усні перекази та сучасні комунікаційні засоби. Можна зробити такі узагальнення:

- образ нав'язується суспільству окремими групами туристів, які відвідали Україну в різних цілях (відпочинок, торгівля, релігійні виїзди, спорт);

- уявлення про Україну передаються усно емігрантами та нелегалами і часто збагачені вигадками;

- більша частина європейського суспільства є погано поінформованою про Україну;

- туристичний образ України подається спрощено і однобоко;

- багато туристів охоче б виїхали в Україну, проте потребують заохочення і більшої кількості детальної туристичної інформації про нашу країну та безпеки туризму;

- зміни негативного стереотипу туристичного образу України можна досягти впровадженням на європейський ринок нових туристичних послуг детально індивідуалізованого продукту з нашої країни.

Критерії, які визначають ТО України в країнах ЄС, можна згрупувати на такі: новизни і непізнанності; безпечності та комфортності середовища; естетичності простору; особливості подій (Помаранчева революція, Чорнобиль, чемпіонат світу); історичності (сліди австрійської та німецької присутності, польської та єврейської культур).

Для того, щоб обґрунтовано відповісти на питання, який стереотипний туристичний образ має Україна серед мешканців виділених країн, проведених опитувань недостатньо, проте можна виокремити країни:

- з позитивним стереотипом туристичного образу України — Польща, Австрія, Туреччина;

- з несформованим стереотипом — Франція, Іспанія, Португалія, Великобританія;

- з негативним стереотипом — Італія, Греція, Німеччина.

До причин різної оцінки туристичного образу України слід віднести — різні історичні контакти, різна промоція України на ринках цих країн, різна поінформованість про політичну ситуацію в Україні, рівень її соціально-економічного та культурного розвитку.

Індивідуальний підхід до підбору турпродукції для кожної країни ЄС має базуватись на детальному аналізі всіх виділених чинників. Скористаємось методом SWOT-аналізу у відношенні до туристичної продукції з України для виходу на польський ринок.

Такі дослідження автори мають на меті провести і стосовно інших країн європейської спільноти та на їх основі обґрунтовувати стратегії розвитку спільного туристичного ринку. Промоція України традиційним шляхом тільки через туристичні агентства є дорога і малоефективна. Слід створювати центри культури України при дипломатичних представництвах в країнах ЄС, туристичні інформаційні центри в Україні, які мають зосередитись на піднятті системного іміджу держави.

**Аналіз SWOT для України у відношенні до конкурентності  
на ринку рекреаційних послуг Польщі**

| № з/п | <i>Сильні сторони</i>  | <i>Слабкі сторони</i>                                       |
|-------|--|---|
| 1.    | Близькість країн, добрий доїзд автомобілем                               | Поганий стан доріг та відсутність автострад                 |
| 2.    | Безпосереднє сполучення літаками та автобусами                           | Високі ціни на авіаквитки                                   |
| 3.    | Марка української гостинності  | Брак готелів та кемпінгів з високим рівнем проживання       |
| 4.    | Розвиток сфери туристичних послуг  | Погана оцінка безпечності перебування                       |
| 5.    | Різноманітна природа, якої бракує в Польщі (узбережжя Чорного моря тощо) | Низька естетична організація ландшафтів                     |
| 6.    | Чимало пам'яток спільної історії   | Брак проектів, що орієнтовані на індивідуальні зацікавлення |
| 7.    | Багаті етнографічні традиції   |   |
| 8.    | Наявність операторів, що працюють у польському туризмі                   | Неналежна інформація про окремі види туристичного продукту  |
| 9.    | Добра їжа  | Поганий санітарний стан України. Забруднення питної води    |
| 10.   | Нижчі ціни послуг  | Неналежна якість послуг                                     |
| 11.   | Можливості для активних форм відпочинку                                  | Недостатній розвиток окремих видів активного туризму        |
| 12.   | Достатньо рекламної продукції на польській мові                          |   |
| 13.   | Подібна ментальність мешканців   |   |
|       |  |   |
| № з/п | <i>Шанси</i>   | <i>Загрози</i>  |
| 1.    | Нові інвестиції в Україну  | Низька реклама України за кордоном                          |
| 2.    | Нові міжнародні зв'язки  | Політичні розчарування Україною                             |
| 3.    | Умови іноземцям для розвитку турист. ринку                               | Нижчі ціни туристичних послуг в сусідніх країнах            |
| 4.    | Наявність турпродукту з відповідною економічною підтримкою               | Існуючий образ України як посткомуністичної країни          |

Українці-заробітчани, які добре вивчили мову та звичаї, мають сталі контакти з мешканцями країн тимчасового проживання, в Україні можуть стати ефективними туристичними агентами.

Аналіз даної проблеми дає можливість зробити наступні висновки:

1. В результаті вивчення туристичного образу України можна стверджувати, що наша держава має п'ятикратні можливості для суттєвого розширення в'їзного туризму. Україна володіє базовими засобами, які не залежать від політичних, господарських та інших умов та умовностей, що можуть стати (або вже є) основою для творення універсального туристичного продукту (спільна історія, унікальні природні ресурси — реліктові ліси, гори, озера, історичні міста та пам'ятки архітектури).

2. Різноманітність туристичних ресурсів України дозволяє сформулювати широкий вибір тур послуг і турпродуктів, які мають стати основою творення самобутнього (в розрахунку на різні ринки) пізнавально-культурного або оздоровчо-рекреаційного іміджу держави.



3. Існуюча реклама туризму в Україні є одноманітною і доходить до незначної частини мешканців країн ЄС. Загалом туристичний образ України є негативний з різних причин, в т.ч. через відсутність якісного туристичного продукту на європейському ринку та ефективних шляхів його просування на ринок Європи.

4. Для позитивної зміни туристичного образу України необхідно забезпечити покращення інформації про Україну та її туристичні ресурси.

#### Література

1. Долга С. А. Перспективи розвитку нових напрямків туризму в нашій державі // Туризм ХХІ ст.: Матеріали міжнародної наукової конференції. — К., 2002.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.
3. Коніщева Н. Й. Організаційно-економічні проблеми розвитку туризму в Донецькій області // Вісник Львівського інституту економіки і туризму: Збірник наукових статей. — Львів: СПОЛОМ, 2005. — № 1.
4. Прикарпаття: Українські підприємці в 2003 році інвестували 1,5 млн. грн. в розвиток сільського зеленого туризму Верховинського району // Контекст-медіа. — Підрозділ новин сайту «Подорож»: <http://travel.piar.org.ua/>.
5. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід: Монографія / За заг. ред. Лебединського Ю., Вакулєнка В. та ін. — К., 2003.
6. Шевченко С. Г. Вплив європейської інтеграції на розвиток ринку туристичних послуг // Вісник Львівського інституту економіки і туризму: Збірник наукових статей. — Львів: СПОЛОМ, 2005. — № 1.
7. Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. Product turystyczny albo jak organizowac poznawanie swiata. — Lodz.: Wydawnictwo UL, 2002.
8. Kopalinski W. Słownik wyrazow obcych i zwrotow obcojezycznych. — Warszawa: Wiedza Powszechna, 1999.
9. Kotler Ph. Marketing, analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola. — Warszawa: Gebethner, 1994.
10. Kowalczyk A. Geografia turystyki. — Warszawa: PWN, 2001.
11. Puchalska-Mietus K. Wyprawa po autentyczność i wrażenia. — Kraków, 2003.

Губені Ю. Е.

**ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ АГРОТУРИЗМУ**

*У статті розглядаються теоретичні засади, принципи та заходи європейської політики розвитку туризму. Особливу увагу приділено питанням розвитку і формування агротуризму. Досліджено зміст та розвиток європейської політики щодо туризму. Запропоновано заходи щодо розвитку вітчизняного туризму, агротуризму зокрема.*

Поза всяким сумнівом туризм, в сучасному суспільному житті є не лише культурним, але й економічним явищем, що має також вплив на багато інших сфер. Відомо, що поширення туризму є одним із індикаторів якості життя людей. Туризм, як галузь економіки, інтенсивно розвивається, що неодмінно пов'язане зі зростанням рівня та якості життя в економічно розвинутих країнах. Суттєві теоретичні, методологічні та емпіричні напрацювання стосовно економічного розвитку туризму, агротуризму зокрема, нагромаджено в країнах Європейського Союзу (ЄС).

Постановка проблеми. Згідно з даними Світової ради туризму та подорожей (World Travel & Tourism Council — WTTC), туризм створює у ЄС майже 11–12 % ВВП, і забезпечує працею понад 24 млн. осіб (майже 12 % від усіх робочих місць). Частка туризму в експортних надходженнях становила у 2005 році 13,1 % [15]. Зародившись як дозвільні подорожі для багатих людей (т. з. Grand Tour), туризм, із розвитком транспортної мережі, відпочинкової мережі та зростанням доходів населення, став відігравати значну роль в житті суспільства. Використання терміну «індустрія туризму» має глибоке обґрунтування. Очевидно, що в результаті тривалої еволюції туристична діяльність в Європі набула ознак високоорганізованої господарської системи, що має належне наукове обґрунтування та досвід. Їх вивчення, систематизація та адаптивне використання можуть бути корисними при розробці вітчизняних заходів щодо активізації туристичної діяльності.

Науковий інтерес до розвитку та економічного обґрунтування туристичної та агротуристичної діяльності в Україні значно активізувався. Це відображено у низці сучасних публікацій із зазначеної тематики. Треба відзначити, що більшість вітчизняних публікацій, які розглядають розвиток агротуризму, базуються на польських наукових та консультативних виданнях.

Зокрема добре відомою на західних теренах України є книга польського автора В. Маєвського «Агротуризм: poradnik для сільського господаря» [6]. Державне регулювання туристичної діяльності описано в статті С. Мельниченко та Л. Мельниченко [7]. Досить активно тематику розвитку агротуризму опрацювали проф. Г. Черевко з співавторами [8; 9] та доц. Н. Кудла [4] з Львівського державного аграрного університету.

Водночас в Україні недостатньо висвітлено організаційні засади, теоретична база та принципи туристичної діяльності в країнах ЄС. Значний масив економічної інформації з питань туризму вміщено у щорічних звітах WTTC [14]. Цікавим та багато профільним є видання стосовно розвитку транспорту і туризму в Європі за ред. С. Пейджа [13]. Основні напрями розвитку європейського туризму висвітлено в базових документах Європейської Комісії [11].

Формулювання цілей статті. Метою цієї публікації є систематизація окремих теоретичних та прикладних розробок щодо організації, економічного обґрунтування і результативності агротуристичної діяльності в Європейських країнах. Важливим елементом забезпечення розвитку агротуризму залишається державна політика підтримки та спільна політика ЄС у цьому напрямку. Поряд з тим існує необхідність висвітлення основних проблем розвитку агротуризму на європейському просторі. Підсумковою метою статті є напрацювання, на основі матеріалів дослідження, рекомендацій щодо формування певної державної політики підтримки агротуризму в Україні.

Сучасне і загально визнане визначення туризму подає Статистична комісія ООН: «Туризм охоплює дії осіб, що подорожують з метою відпочинку, службових та інших справ та перебувають поза своїм звичним життєвим середовищем не більше ніж рік» [16]. Сільський туризм є різновидом звичайного туризму й має декілька видів. Хоча сільський туризм має значне коріння в минулому (наприклад: поїздки на дачі в Російській імперії, Bed&Breakfast пансіонати в Англії, гірський відпочинок в Альпах), розуміння його суті та бурхливий розвиток розпочався відносно недавно. Значним чином це пов'язано з розвитком концепції т. з. «багатофункціонального села» та поглиблення агро бізнесових акцентів у веденні сільських господарств [3].

Відповідно до сучасних уявлень, агротуризм — форма відпочинку, різновид туризму, що здійснюється в сільській місцевості з розвинутим сільським господарством, яка базується на місцях проживання та об'єктах, пов'язаних з сільськогосподарськими об'єктами та їх оточенням. Вважається, що форма туризму в сільській місцевості, що полягає в перебуванні в екологічних селянських господарствах охоплює: туризм сесійний, туризм вихідного дня, туризм краєзнавчий, туризм екологічний, сільський туризм і агротуризм. Всі ці різновиди агротуризму мають свої особливості. Так сесійний туризм полягає у відвідуванні селянських господарств на певний час (часто 5–14 днів), туризм вихідного дня відбувається протягом вихідних та святкових днів. Екологічний туризм має спрямування на пізнання екологічних пам'яток та цікавих об'єктів, сільський туризм — ознайомлення з сільським життям, традиціями та етнографією. Класичний агротуризм може включати в себе елементи сільськогосподарської діяльності, побуту, місцевих свят, традицій.

Найважливішим питанням агротуристичної діяльності є зміст та наповнення т. з. «агротуристичного продукту». Саме співвідношення якості/ціна є найважливішим мотиваційним чинником поведінки потенційних клієнтів. Серед найважливіших характеристик агротуристичного продукту:

- привабливість місцевості та господарства;
- якість послуг та рівень розвитку інфраструктури;
- транспортна доступність та комунікації;
- ціна послуг.

Спектр послуг сільського туризму є доволі широким, і використовується в Україні явно недостатньо.

Яскравим прикладом розвитку агротуризму та туристичних послуг на селі є Польща. Лише протягом останніх років в цій країні проведено сотні тренінгів та навчальних

| ТУРИЗМ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ   |   |
|---|---|
| <i>Агротуризм з обслуговуванням</i>   | <i>Сільський туризм без обслуговування</i>  |
| Проживання з сніданком (неповний пансіон типу V&B);<br>Повний пансіон в селянському господарстві;<br>Групове проживання з колективними заходами;<br>Готель в сільському стилі;<br>Відпочинковий комплекс;<br>Обслуговування організованих заходів;<br>Спеціальні вишколи та тренінги;<br>Індивідуальне комплексне обслуговування. | Кемпінги та наметові поля;<br>Кемпінги для туристичних трейлерів та житлових будиночків «на колесах»;<br>Стодоли та шалаші;<br>Місце відпочинку з гастрономічним об'єктом;<br>Поселення в житлових будинках села;<br>Надання житлового будинку (споруди) в тимчасове використання (time share). |

Рис. 1. Основні напрями туристичних послуг в сільській місцевості

семінарів, опубліковано сотні навчальних, інформаційних та рекламних матеріалів. Практично протягом підготовки до вступу у ЄС в Польщі активізація агробізнесу дозволила частково вирішити питання сільського прихованого безробіття та диференціації доходів невеликих селянських господарств. За оцінками експертів, на кінець 2000 року кількість агротуристичних господарств перевищила 2, 2 тис., що становить більше ніж 1 % усіх господарств [10].

Останніми роками особливого поширення набуває класичний агротуризм, який полягає у проведенні вільного часу (відпочинку) в селянському господарстві та з використанням його об'єктів та місцевих рекреаційних ресурсів. Такий «простий» туризм є надзвичайно привабливим з огляду на його близькість, традиції, невисоку ціну та культурологічну складову. Для самих господарств агротуризм може стати важливим додатковим джерелом доходів. З іншого боку, мультиплікаційний ефект чудово проявляється в місцевому економічному розвитку. Досвід показує, що одне сезонне агротуристичне господарство створює до 10 нових робочих місць та генерує вкладення в місцевий розвиток інвестицій на суму біля 6 тис. дол. США [12].

Популярність та поширення агротуризму на європейському просторі пояснюється не лише своєрідною модою на «сільський спосіб життя», що проявляється в концепції т. з. «Глобального села», чи активною стимулюючою політикою держави та ЄС. Важливими аргументами економічного характеру є те, що агротуризм:

- є дешевим, зручним і наближеним до споживачів;
- не потребує значних інвестицій для формування відпочинкової бази;
- використовує наявні рекреаційні, гостьові, гастрономічні та транспортні ресурси;
- може здійснюватись в широкій гамі послуг, різновидів відпочинку та середовищ.

| <b>Користь для агротуристичних господарств і села:</b>   | <b>Користь для відпочиваючих:</b>  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>— використання вільних ресурсів;</li> <li>— створення робочих місць;</li> <li>— диференціація доходів;</li> <li>— збільшення доходів;</li> <li>— посилення підприємницької мотивації;</li> <li>— розвиток інфраструктури на селі;</li> <li>— покращення привабливості села;</li> <li>— збереження культури та традицій;</li> <li>— розвиток сільських жителів;</li> <li>— між культурні і міжсередовищні обміни;</li> <li>— мультиплікаційний ефект розвитку;</li> <li>— приклад вирішення проблем;</li> <li>— ефективніше використання продукції, ресурсів, праці та вмінь;</li> <li>— поширення інформації про село, місцевість, відпочинкові об'єкти;</li> <li>— подолання бар'єрів «місто-село»;</li> <li>— створення нових шансів для торгівлі, ремісників, мистецьких колективів, фахівців з відпочинку, фізичної культури, спорту;</li> <li>— залучення інвестицій.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>— активний відпочинок на селі;</li> <li>— поєднання затишку та активного відпочинку;</li> <li>— невисока вартість відпочинку;</li> <li>— територіальна близькість;</li> <li>— збереження звичного клімату та середовища;</li> <li>— свіже, здорове та традиційне харчування;</li> <li>— контракти з природою;</li> <li>— культурний розвиток;</li> <li>— нова інформація та контакти;</li> <li>— нові вміння, навички, враження;</li> <li>— навички сільськогосподарської діяльності;</li> <li>— задоволення власних інтересів;</li> <li>— групування мікро груп, посилення сімейних та родинних зв'язків.</li> </ul> |

Рис. 2. Користі для суб'єктів агротуризму

Декілька загальновизнаних у Європі принципів визначають дефініцію сучасного агротуризму:

- кімнати для проживання наймаються відпочиваючими особисто;
- кімнати для проживання знаходяться в житлових будинках;
- кількість житлових кімнат — не більше п'яти;
- господар житлових будинків веде сільськогосподарську діяльність і має господарство;
- обслуговування відпочиваючих здійснюють члени родини господаря;
- господар несе відповідальність за якість, безпечність послуг, страхування та організовує перебування відпочиваючих від їх приїзду до від'їзду.

Очевидно, що агротуризм, в усіх його варіантах, забезпечує позитивні економічні ефекти та зручності не лише відпочиваючим, але й господарям. Особливо позитивним є надання шанс для самовираження жінкам. Так, наприклад, при формування мережі агротуристичних обійсть в Ківецівському районі на Волині особливу активність проявили саме жінки з вищою і середньо-спеціальною освітою, для яких питання працевлаштування, або поєднання праці в місті з поїздом до неї були особливо проблемними [11]. Тому в цьому районі агротуризм став своєрідним «жіночим» бізнесом. Подібну ситуацію можна спостерігати в околицях Замостя (Люблінське воєводство, Польща).

Основними факторами, які зумовили розвиток агротуризму на європейському просторі:

- вирівнювання економічного розвитку та перерозподіл грошових потоків;
- альтернатива промисловому та сільськогосподарському розвитку;
- залучення інвестицій та покращення привабливості регіонів;
- мультиплікаційний ефект економічного розвитку;
- динаміка та багатогалузевий ефект розвитку.

Саме тому Маастріхський трактат (1999 р.) чи не вперше на принципах *expressis verbis* встановив необхідність цілеспрямованої діяльності для підтримки туризму. В його розвиток Амстердамський трактат Європейської комісії в розділі Загальні засади встановив, що для досягнення завдань ЄС важливим є розвиток туризму та культурних обмінів. Як результат, на межі тисячоліть розпочався активний розвиток європейського туризму, агротуризму зокрема. Однак цей розвиток полягає не лише в економічній динаміці, але й в переосмисленні функцій та завдань туризму, сприйняття його як важливої складової будівництва спільної Європи. Агротуризм є одним із інструментів регіональної політики ЄС, яка, як відомо, має на меті покращення ситуації в депресивних та економічно мало розвинутих регіонах та запобігання творенню нових міжрегіональних диспропорцій.

Важливою подією, яка вплинула на активізацію туристичної діяльності в Європі, було оголошення 1990 року Європейським Роком Туризму. Протягом цього року не тільки здійснювалась пропаганда туризму та його впливу на формування європейської самоідентифікації, але й підкреслювалась його особлива роль у суспільному та особистісному розвитку.

За наслідками спеціалізованих наукових досліджень було розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації туризму в Європі. Найважливіші серед них:

- покращення функціонування «індустрії туризму», її технічне і технологічне переоснащення;
- покращення якості та змісту туристичного продукту. Розвиток нових форм туризму, агротуризму зокрема;
- підвищення рівня конкурентноздатності та адаптивності до природного середовища;
- врахування потреб туризму в економічній політиці ЄС.

Для здійснення цих завдань було сформовано План дій ЄС з промоції туризму (1993-1995 рр.), який на жаль, виявився мало ефективним. Самої промоції та пропаганди виявилось замало для інтенсифікації туристичної сфери. Галузь, особливо її нові напрями, вима-

гали нових підходів, які знайшли відображення в Зеленій книзі туризму. Зелена книга туризму на основі широкої суспільної дискусії та наукових досліджень встановила чотири базових потенційних сценарії розвитку туризму:

1. Обмеження або невтручання ЄС в питання розвитку туризму;
2. Збереження існуючого стану — *status quo*;
3. Збільшення впливу ЄС на туризм в рамках вже діючих документів і програм;
4. Формування нової політики ЄС щодо туризму.

Європейський парламент підтримав позицію щодо формування нової туристичної політики. Було вирішено, що впровадження елементів спільної політики щодо туризму не підлягає дискусії, та має знайти відображення в усіх дотичних до цієї сфери документах Союзу. Вже в 1996 році Європейська Комісія запропонувала новий проект Програми розвитку туризму на 1997–2000 роки «*Philoxenia*» (з грецької — гостинність). Програма реагувала на нові виклики суспільного розвитку, зокрема:

- значне старіння інфраструктури та невідповідність технологій;
- диверсифікація та фрагментація туристичної сфери;
- відсутність координації та міжнародної співпраці;
- секторна різноманітність туризму, поява нових видів, агротуризму зокрема;
- значна диференціація розвитку туристичних регіонів;
- відсутність стратегічного планування;
- недостатній рівень кадрового забезпечення, недооцінка економічної ролі туризму на місцевому та національному рівнях.

Можна стверджувати, що ЄС перебуває в фазі верифікації існуючої та створення нової політики щодо туризму. Значне місце в ній займатиме сприяння розвитку агротуризму, особливо в класично «сільськогосподарських країнах» та в нових членів ЄС. Основним гаслом нової політики має бути «Туризм для всіх», що передбачає пониження економічного бар'єру для використання туристичних послуг. Цьому має сприяти як посилення конкуренції, так і стимулювання координації. Важливу роль відіграватимуть спеціальні підтримуючі та преференційні програми, які, що правда, подаватимуться у формі регіональних проектів, модернізацій них та гарантійних грантів.

Туризм є одним із найбільш перспективних секторів європейської економіки. Забезпечення такого динамічного розвитку вимагатиме багатьох дій, які сприятимуть підвищенню її конкурентноздатності на міжнародному ринку відпочинкових послуг. А цей ринок, в свою чергу, відзначається також значним динамізмом, особливо в частині пропозиції. Тому, для досягнення такої мети необхідна певна державна політика та активніша стратегія операторів туристичних послуг.

Майбутнє туристичної діяльності ЄС залежить від суспільних та економічних чинників. Зростання рівня життя населення, зміщення потреб в бік задоволення соціально-культурних запитів, зростання т. з. «відпочинкових» ресурсів створюють добрі передумови. Суттєвим є збільшення населення ЄС в результаті виконання інтеграційних кроків. Лише за рахунок десяти нових країн населення ЄС зросло на 74 млн. мешканців. Зростає середній вік життя, збільшується тривалість відпусток, чимало фірм включають відпочинок у план заходів з розвитку людських ресурсів. Окремі з цих факторів проявляються також в Україні. Щоправда, вітчизняна туристична індустрія сповідує дещо інші пріоритети, орієнтуючись радше на багатого споживача. Тому можна вважати, що дотримання принципу «Туризм для вибраних» є одних із тих, які можуть створити серйозні мотиваційні проблеми вже в недалекому майбутньому. З іншого боку обмеження конкуренції та інвестиційні вливання у «модні» об'єкти та регіони створює дисбаланс по лініях «попит/пропозиція», «ціна/якість». Це вже обумовило відтік до 30 % потенційних грошових потоків

від туризму в сторону країн ЄС, які, як ми вже ствердили, сповідують принцип «Туризм для всіх». За будь-яких обставин відпочинок в Шацьку має бути дешевшим ніж на південному березі Чорного моря, а всі вони разом дешевші ніж перебування в повно комфортних будинках відпочинку Туреччини чи Чорногорії. Абсолютно неприйнятними, за європейськими стандартами, є якість і ціна харчування, безпека відпочиваючих в Україні не витримує жодної критики. Однак неможливо виправити ситуацію без активізації конкуренції, яка унеможливлена високою вартістю та закритістю входу інвестицій на цей сегмент бізнесу. Споживачі, на відміну від виборців, голосують власними гаманцями, тому перерозподіл грошових потоків буде продовжуватись.

Вітчизняний агротуризм, в західному регіоні особливо, формується під впливом польського досвіду, методологічних підходів, технологічних рішень. При цьому часто не враховуються особливості господарської діяльності, нормативна база, менталітет, регіональні відмінності та диференціація рівня життя. Такий вульгаризований підхід, що опирається на хибну концепцію т. з. економічного конструктивізму, може спричинити до небажаних наслідків економічного і соціального характеру.

Тому основою формування вітчизняної політики в галузі туризму мають становити наукові дослідження та рекомендації вітчизняних наукових і консалтингових установ. Усі європейські країни пройшли етап оцінки підприємницького середовища агротуризму, його потенціалу та прийнятних форм, далі відбувалось напрацювання організаційних та правових основ, апробація моделей та розробка заходів впровадження. Очевидно, якщо ми хочемо створити конкурентноздатну систему функціонування агротуризму, то не зможемо обійтись без подібної підготовчої роботи.

Політика ЄС щодо туризму, агротуризму зокрема, є наймолодшим сектором господарської політики, який перебуває в стадії формування та розвитку. Важливими рисами цієї політики є використання стратегічного планування, координації, поєднання національних та спільних програм. Одним із перспективних напрямів туризму є агротуризм, який розглядається в ЄС як інструмент регіональної політики. Розвиток агротуризму вимагає скоординованих організаційних, пропагандистських, освітніх та економічних заходів. Ці заходи і дії мають відбуватись скоординовано, в рамках регіональних та національної програм, і бути пов'язаними з регіональною політикою. Без сумніву агротуризм є вигідним видом поза аграрного підприємництва на селі, який сприяє не лише економічному розвитку, але й виконує низку інших важливих суспільних завдань. Тому агротуризм може розраховувати на економічну та організаційно-правову державну підтримку.

При розробці вітчизняної політики щодо розвитку агротуризму необхідно використати теоретичне обґрунтування, методологічні підходи та емпіричні напрацювання країн ЄС, зокрема постсоціалістичних країн Центральної та Східної Європи, Прибалтійських країн. Для цього слід використати принципи та підходи т. з. «адаптивного використання» закордонного досвіду економічної трансформації.

### Література

1. Агротуристичні обійстя Ківецького району: Інформаційний буклет. — Луцьк: Волинські перспективи, 2005.
2. Губені Ю. Е. Вплив європейської теорії і практики на формування політики розвитку сільських територій України / Деякі аспекти в наукових підходах до євроатлантичної інтеграції України: Матер. регіон. наук.-теор. конфер. «Український шлях в НАТО і ЄС». — Львів: ЛІЕТ, 2006. — С. 42–51.
3. Губені Ю. Е. Основи підприємництва та агробізнесу: Навч. посібник. — Львів: Укр. технології, 2002. — 165 с.
4. Кудла Н. Є. Агротуризм: перспективи розвитку в Україні // Міжнар. наук.-практ. конф. «Наука, інновації та розвиток регіонів»: Тези доп. — Львів, 2004. — С. 56–63.

- 
5. Кудла Н. Є. Розвиток агротуристичного дорадництва в Польщі // Вісник ЛДАУ. Сер. Економіка АПК. — 2004. — № 11 (2). — С. 251–255.
  6. Маєвський В. Агротуризм: порадник для сільського господаря. — Львів: ЛДАУ, 2005.
  7. Мельниченко С. В., Мельниченко Л. В. Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери / Фінанси України, 2004. — № 11. — С. 55.
  8. Черевко Г., Іваницька Г. Агротуризм як вид підприємництва на селі // Наук. вісник ЛДАВМ ім. Гжицького. — 2001. — Т. 3. — С. 214–216.
  9. Черевко Г., Липчук В., Іваницька Г. Агротуризм як напрям розвитку агробізнесу в прикордонних регіонах України // Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України. — Жешув–Львів, 2003. — С. 173–189.
  10. Agroturystyka i usługi towarzyszące. — Krakow: ARK, 2005. — P. 45.
  11. Basic Directions of Development of European Tourism, on November, 26 2003, Brussels, Report of European Commission, Brussels, та Actions of Commons for the Future of European Tourism, on November, 13 2001, Brussels, Report of European Commission, Brussels.
  12. Hallaway J., Robinson C. Marketing in Tourism: The AB Format, Warsaw: ANB Print, 2004. — P. 104.
  13. Page Slim. Transport & Tourism, 2005, Pearson Education Limited, London.
  14. The World Travel & Tourism Council: Annual report, 2005, Economic indicators. — Brussels, 2006. — P. 34
  15. World Travel & Tourism Council. European Union. Travel & Tourism Sowing the Seeds of Growth. The 2005 Travel & Tourism Economic Research, Brussels, 2006.
  16. WTO — Statistic Commission UN, 1995. — P. 19.
-



*Олех Г. Й.*

## ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ТУРИСТАМ ОКРЕМИХ ВИДІВ ПОСЛУГ

*Розкрито організацію надання окремих видів послуг туристам, зокрема перевезення, розміщення, харчування, екскурсії й розваги, торговельне обслуговування і страхування.*

Одним з основних напрямків розвитку сучасної економіки є сфера послуг, яка стрімко розширюється. З підвищенням рівня добробуту, збільшенням зайнятості населення, насиченням ринку технологічно складними товарами, які потребують професійного обслуговування, зростає попит на послуги [2:147].

Створення і надання туристичних послуг — це особливий вид комерційної діяльності, що має на меті організацію комплексу послуг, покликаних максимально повно задовольнити ділові, культурні, відпочинкові і духовні потреби значної частини населення, яка завдяки низці причин або мотивів регулярно займається туризмом, лікуванням або відпочинком [4:263].

В обслуговуванні туристів беруть участь такі суміжні галузі системи господарства, як роздрібна торгівля, громадське харчування, готельне господарство, побутове обслуговування, зв'язок, виготовлення сувенірів та ін. товарів туристичного призначення, сільське господарство, будівництво, рекламна індустрія, екскурсійна діяльність, сфера розваг. Тому необхідно вивчати всі види туристичних послуг і враховувати їх в діяльності туристичної індустрії. Лише глибоке вивчення туристичних послуг дозволить забезпечити максимальну задоволеність туристів.

Метою даної статті є дослідження організації надання туристам окремих видів послуг щодо перевезення, розміщення, харчування, розважальних заходів, торговельного обслуговування та страхування.

Туристичні послуги — послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг спрямовані на задоволення потреб туристів [5:107].

Суб'єкти туристичної діяльності (резиденти України) організовують надання туристичних послуг на підставі договору (контракту), який укладається в письмовій формі і відповідає вимогам законодавства України.

При організації іноземного та зарубіжного туризму між суб'єктами туристичної діяльності та іноземними партнерами потрібно укласти відповідні договори (контракти) у письмовій формі. Договори з іноземними партнерами, укладені іноземною мовою, повинні бути перекладені на українську мову. При реалізації туру туроператором, через турагента потрібно укласти відповідну угоду в письмовій формі. Відповідно до укладеної угоди туроператор розробляє програми та калькуляції на кожен тур, які додаються до угоди.

При реалізації послуг з розміщення на території України, суб'єкти туристичної діяльності укладають договори із суб'єктами колективних засобів розміщення, які повинні надавати копію сертифіката відповідності готельних послуг та послуг харчування, сервіс-характеристику засобу розміщення для використання її туроператором у рекламі туристичних послуг.

Суб'єкти туристичної діяльності під час організації внутрішнього та зарубіжного туризму зобов'язані в письмовій формі укладати з туристом договір про надання туристичних послуг. При формуванні групи туристів суб'єкт туристичної діяльності повинен укладати договір окремо з кожним туристом. Якщо до складу групи входять неповнолітні діти, договір укладається між суб'єктом туристичної діяльності та їх батьками або опікунами.

Суб'єкти туристичної діяльності, які при провадженні господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності надають послуги у

сфері активного туризму, повинні ознайомити туристів з елементами ризику і безпеки кожного конкретного туристичного походу та заходами щодо запобігання нещасним випадкам.

В інформаційних матеріалах, які додаються до договору з туристом, має бути повідомлено про природні складнощі туристичної траси, необхідний рівень особистої фізичної підготовки туриста, особливості індивідуального спорядження [1:623].

Послуги — це особливий невидимий товар. Власне послуга виникає в процесі її надання і не існує окремо, сама собою. Це головна відмінність послуги від товару. Крім того, товар зазвичай доставляють до споживача, а щодо туристичної послуги — споживач доставляється до місця її генерації.

До складу туристичних послуг належать: бронювання послуг, включаючи перевезення, розміщення тощо, оформлення дозвільних документів і частини інших формальностей, усі види перевезень, трансфер, розміщення, харчування, екскурсії й розваги, медичний супровід і страхування, послуги гідів-перекладачів (рис. 1). До складу послуг може бути включений керівник туристичної групи, гід-перекладач, який іноді може виконувати роль екскурсовода, якщо це не суперечить місцевим правилам організації екскурсій. Перелік послуг кожного туру розрізнений і визначається програмою, причому кожний із видів цих послуг містить у собі множину вхідних елементів [5:107].

Якщо розглядати туризм в Україні, то за загальними правилами, у туристичному пакеті обов'язково має бути як мінімум дві послуги — перевезення й ночівля. Пакет послуг може бути розширений організатором туризму за побажаннями туриста, або такі туристичні послуги надаються організаторами прийому туристів на місці на вибір.

Відзначмо особливо психологічний чинник. Турист на стадії вибору і придбання туру прагне будь-якими засобами мінімізувати витрату грошей на його придбання. Витрата грошей — невід'ємне задоволення, але на відпочинку. Турист бажає витратити гроші на відпочинку за своїм розсудом, і тому купівля додаткових послуг у вигляді екскурсії й інших розваг входить у коло дій, названих вільним витрачанням грошей.

Послуга перевезення складається з декількох етапів:

— трансфер — доставка туриста від місця збору групи туристів до терміналу основного перевізника (залізничного вокзалу, автовокзалу, річкового або морського вокзалу), після прибуття на місце призначення — доставка туристів до готелів, курорту і т. д.;

— основний етап перевезення доставляє туриста від місця його основного проживання до місця призначення (в іншу місцевість, країну, на курорт або інший туристичний центр) [5:108].

Послуги щодо розміщення туристів включають створення розвиненої інфраструктури готельних комплексів, санаторіїв, пансіонатів, мотелів, кемпінгів тощо для задоволення потреб прибулих в житлі з урахуванням сезонних коливань [4:264].

Послуги проживання розглядаються як специфічний готельний продукт, який купується, але при купівлі розуміється тільки доступ до нього (готельного номера), а не його володіння та надання [1:664].

Специфіка готельної послуги визначається особливостями і технологією обслуговування гостей [6:294].

Готельні послуги поділяються на дві групи:

— основні;

— додаткові (платні й безплатні) (рис. 2).

Зважаючи на те, що готель передусім є типом тимчасового житла, де проживають туристи, які прибули до населеного пункту або місцевості, і який забезпечує їх можливість харчування та різними видами послуг, можна виділити проживання як основну послугу. Вона включає такі складові: бронювання та інші види замовлення місць, підготовка

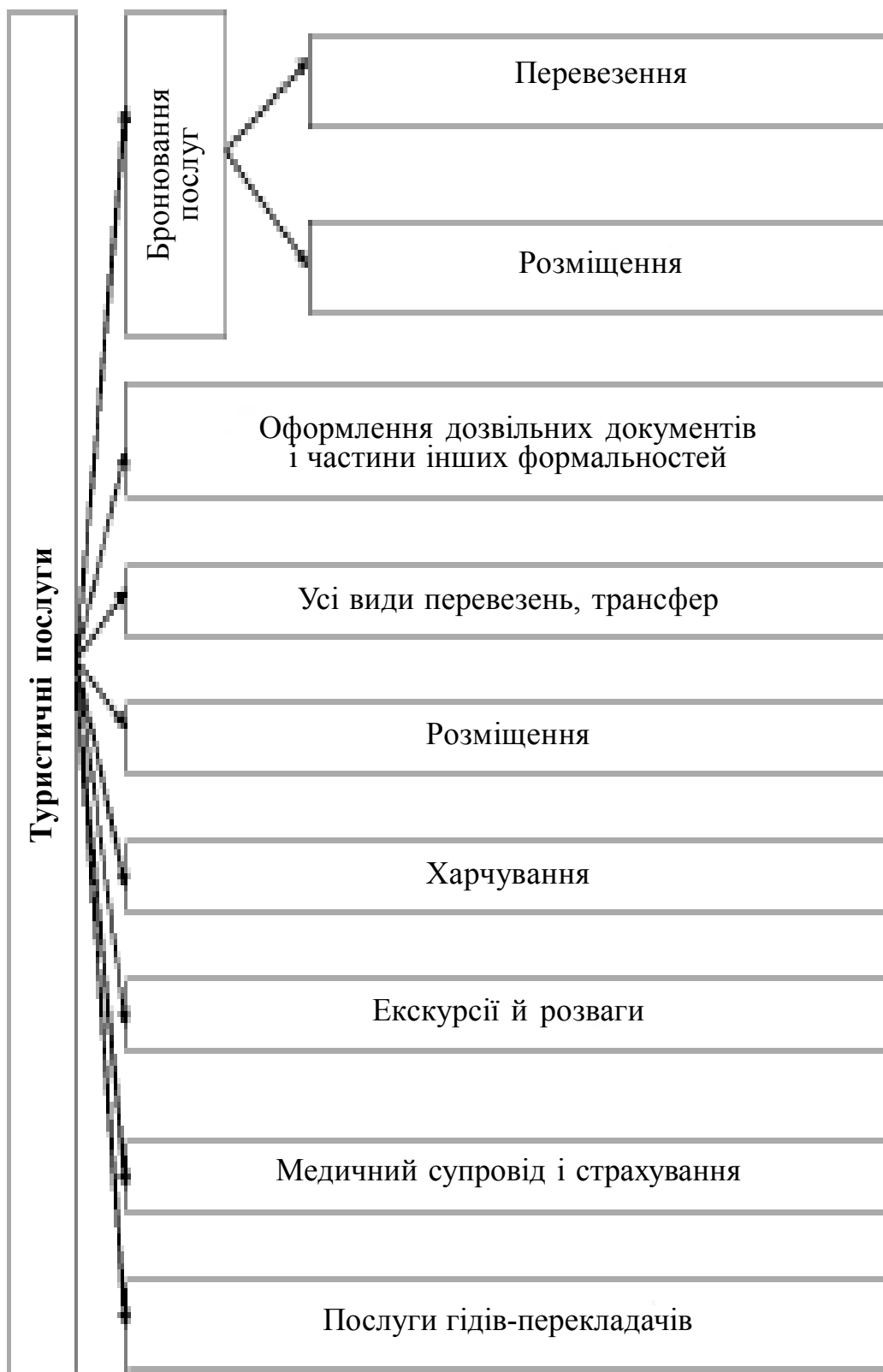


Рис. 1. Склад туристичних послуг

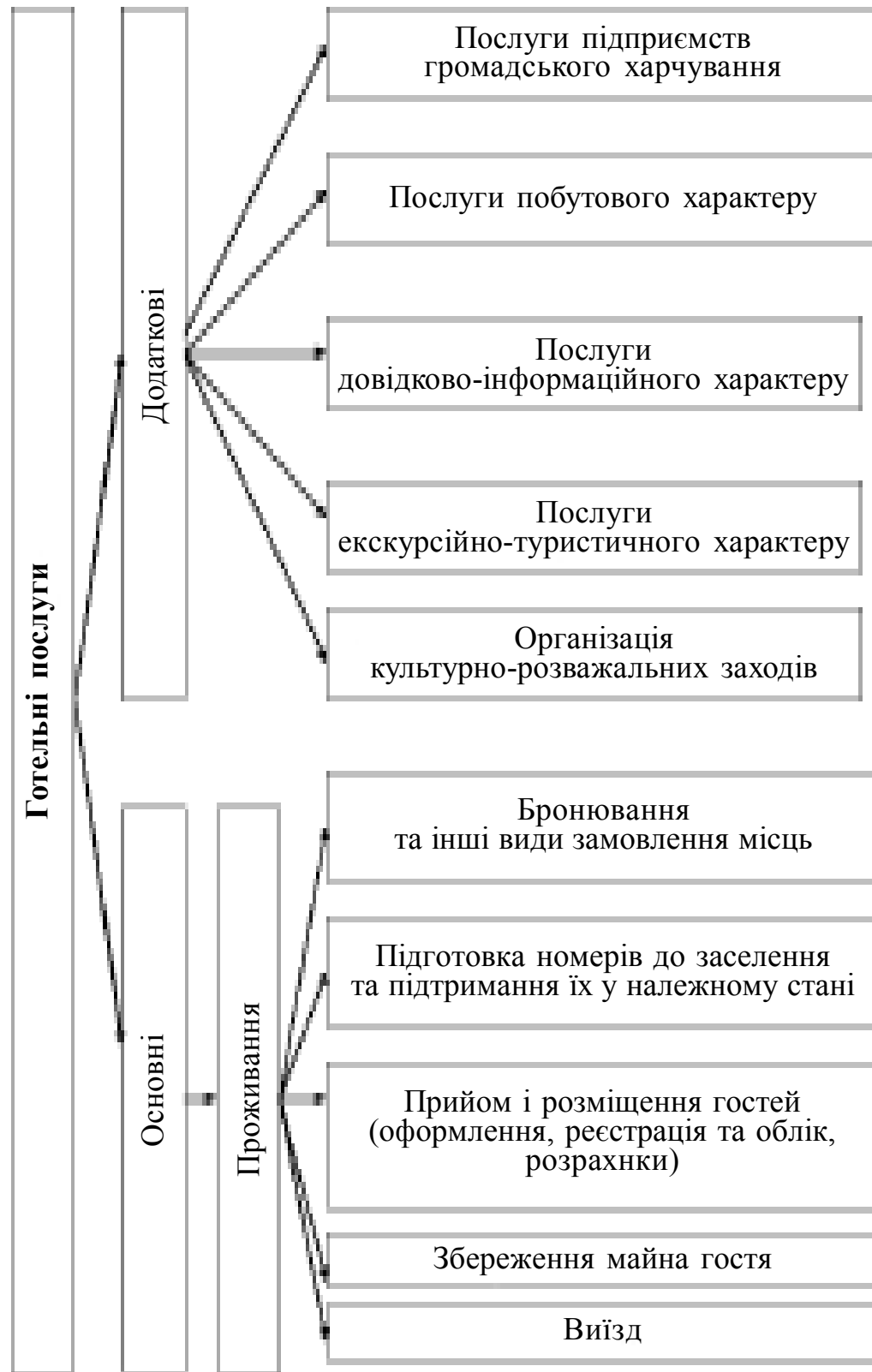


Рис. 2. Класифікація готельних послуг

номерів до заселення та підтримання їх у належному стані, прийом і розміщення гостей (оформлення, реєстрація та облік, розрахунки), збереження майна гостя, виїзд.

На друге місце можна поставити організацію харчування, послуги побутового характеру, яких існує велика кількість відповідно до потреб гостя, послуги культурного, спортивного характеру, зв'язку та інформації тощо. Поділ послуг залежить від того, які потреби гостя вони задовольняють. Усі ці послуги можуть бути надані в сучасному готелі, але їх обсяги і асортимент не будуть однаковими у різних підприємствах, різною буде й організація їх надання, тобто обслуговування.

Серед факторів, що впливають на асортимент послуг і організацію їх надання у кожному конкретному готелі, можна назвати: місце розташування, сезонність, зазначений рівень комфорту (класність) і призначення готелю.

Залежно від типу готелю кількість і якість послуг істотно відрізняється. Це, в першу чергу, пов'язане з потребами споживачів даного сегмента ринку, їх платоспроможністю. Наприклад, готелі ділового призначення повинні знаходитися поблизу адміністративних, громадських, промислових центрів, у них повинні бути створені умови для організації праці мешканців, проведення ними нарад. Головні додаткові послуги у деяких готелях — це послуги служб зв'язку (телефон, факс, тайп), служб фінансового забезпечення (відділення банків, обміну валют), послуги торговельних організацій. У розташуванні готелів туристичного типу враховують характер і якість туристичних маршрутів, способів руху, характеру об'єктів туристичної привабливості. Таким чином, головними додатковими послугами у туристичних готелях є послуга підприємств громадського харчування, довідково-інформаційного і екскурсійно-туристичного характеру, організація культурно-розважальних заходів [7:298–299].

Однією з основних послуг у технології туристичного обслуговування є харчування.

Метою роботи підприємства харчування є задоволення потреб людини в їжі. Процес споживання їжі інколи збігається з процесом спілкування людей, виховання, розваги [7:371].

Схема забезпечення харчування туристів залежить від виду туру, категорії туристів, співвідношення місць розміщення до посадкових місць харчування і багатьох інших факторів.

Система забезпечення харчуванням зазначена в путівці, договорі, ваучері.

Як правило, сніданок туристам надається за схемою «шведський стіл» із самообслуговуванням і вибором страв за своїм розсудом з наданого асортименту. У готелях більш високих категорій сніданок може замовлятися у кафе, буфеті чи ресторані з подачею в номер. У номерах, оснащених кухнями і міні-барами сніданок готується самостійно [7:379].

При організації харчування туристів застосовується обслуговування офіціантами, самообслуговування та комбіноване обслуговування. Форма оплати харчування туристів погоджується Сторонами при укладенні договору. Згідно з укладеними договорами, харчування туристів може бути триразове — повний пансіон; дворазове напівпансіон (сніданок і вечера чи обід). Сніданок обов'язково повинен входити до вартості проживання. У разі необхідності туристи забезпечуються індивідуальними дорожніми наборами [3:233].

Природно, що схема харчування спортивних, мисливських, альпіністських та інших самодіяльних турів з активними способами пересування базується на самостійному готуванні їжі зі спеціальних напівфабрикатів і концентратів.

Особливі вимоги до харчування висуваються для так званих гастрономічних турів, де повинна бути присутня певна національна кухня з відомими вишуканими стравами і напоями.

Залежно від категорії підприємства харчування якість обслуговування, як комплексна послуга, реалізується основними, додатковими і супутніми послугами. Поряд з якісно приготовленими й естетично оформленими стравами і напоями, важливу роль відіграє загальне композиційне сервірування столу, підбір посуду і столових приладів,

колірна гама скатертин, серветок з фірмовим знаком підприємства, наявність квітів, кваліфікація офіціантів, барменів, метрдотелів, бездоганна чистота, красиво оформлене меню кількома мовами, загальний інтер'єр залу, затишок, звукоізоляція від вулиці, м'яке регульоване освітлення й ін.

У перелік додаткових і супутніх послуг входять: вар'єте, оркестр, музичний супровід без оркестру, телевізор (за бажанням клієнтів), танцювальний майданчик, можливість виклику таксі чи автомобіля напрокат, покупки сувенірів.

Харчування туристів здійснюється згідно з умовами, обговореними в путівці, ваучері, договорі — у ресторанах, кафе, їдальнях, буфетах, барах та інших пристосованих для цієї мети підприємствах [7:380].

Послуги щодо задоволення ділових інтересів туристів — це система особливих послуг щодо задоволення професійних потреб ділових людей, яка повинна відповідати критеріям підвищеної комфортності і оперативності [4:264].

Послуги щодо організації культурної програми мають на меті розробку повної номенклатури послуг, спрямованих на задоволення культурних потреб окремих контингентів туристів щодо ознайомлення з історичними і культурними пам'ятками, музейними центрами, участі у спортивних змаганнях [4:265].

До складу цих послуг входять екскурсії, походи, подорожі.

Екскурсія може бути надана як екскурсантові (тобто одноденному відвідувачеві), так і туристові. Отже, екскурсія — туристична послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних та інших пізнавальних потреб туриста або екскурсанта.

Під час екскурсії учасники мають змогу ознайомитись з навколишнім світом, природними явищами, історичними ситуаціями, побутовими елементами, визначними пам'ятками місцевості, міста, регіону, парку тощо.

Екскурсія — це короткочасний тематичний маршрут із метою відвідати визначні пам'ятки, інші туристичні об'єкти. Екскурсія має такі характерні ознаки: тематику, впорядкований маршрут, термін, наявність екскурсовода, гіда або гіда-екскурсовода, процес безпосереднього показу. Функціональне призначення екскурсії — відпочинок і дозвілля, підвищення культурного рівня, спілкування.

Засоби і методи розваг не мають межі вигадки їхніх організаторів.

Кожному своє. Один турист, наприклад, у Парижі віддає перевагу огляду музейних колекцій Лувра, а інші — їдуть у «ЄвроДісней». У кожному великому центрі є парки атракціонів найрізноманітніших різновидів. Це колесо огляду, каруселі, кімнати сміху з кривими дзеркалами, різноманітні гірки, в Україні їх називають американськими, верхова їзда, найрізноманітніші фантастичні механічні й електронні забави.

У системі розваг чільне місце посідають ігрові автомати для дітей. Для дорослих підходять серйозніші розваги, які належать до категорії ігрової індустрії — більярд, кеглі, карти, рулетка і ін.

У туристичних центрах у сезон проводять цілі цикли взаємопов'язаних заходів гастрольно-видовищної індустрії, виступи відомих артистів, театральних колективів, знаменитих співаків та музикантів. Велику кількість туристів приваблюють спортивні змагання: автогонки, футбол, теніс, Олімпійські ігри, інші заходи. У цьому випадку до складу послуг туристичного пакету входить і квиток на концерт або видовищний захід [5:109–111].

Послуги щодо торговельного обслуговування туристів носять дещо обмежений суттю окремих різновидів туризму характер і є орієнтованими на чітко визначений за якісним складом і прогнозований кількісно контингент покупців [4:265].

Послуги торговельного обслуговування бувають платні і безкоштовні. Суб'єкти господарювання, що орієнтуються на споживачів та високо цінують рівень сервісу, надають

їм значну частину послуг безкоштовно, витрати на їх виконання бере на себе суб'єкт господарювання. Існує декілька класифікацій послуг. Так, за функціональною ознакою послуги поділяються на чотири групи:

1. Транспортні та навантажувально-розвантажувальні послуги — доставляння важких і великогабаритних покупок до автотранспортних засобів та їх вантаження та ін.

2. Послуги з комплектування покупок — приймання і виконання замовлень на комплектування покупки з наявних у продажу товарів, у тому числі подарункового асортименту; приймання і виконання замовлень на оформлення букетів, квіткових композицій.

3. Консультативні послуги — консультації спеціалістів, зокрема художника-модельєра — щодо перспективних напрямків моди, вибору фасонів одягу, в тому числі з проведенням демонстрації моделей; лікаря-косметолога — щодо застосування парфумерно-косметичних засобів і правил макіяжу; спортивного лікаря — щодо використання спортивного і туристичного інвентарю; лікаря-дієтолога — щодо раціонального харчування та ін.; технолога — щодо домашнього консервування овочів і фруктів тощо.

4. Інші види послуг — обмін валюти; збереження в камерах схову особистих речей покупців та ін [2:264].

Послуги щодо візової підтримки туристів стосуються забезпечення потреб туристів, а саме тієї частини їх, що прибуває з-за кордону, в оформленні або додатковому дооформленні документів — віз, паспортів тощо [4:265].

Страховання буває обов'язкове або добровільне, групове або індивідуальне і здійснюється на підставі відповідних правил. У правилах страхування викладено порядок укладення, зміни, припинення і термін чинності договору страхування, розглядаються страхові ризики і випадки, а також страхова сума, страховий внесок і страхове забезпечення, права й обов'язки сторін. Укладаючи договір страхування, страховальник (застрахований) одержує відповідний поліс страхування.

Види страхування у сфері туризму включають страхування туриста і його майна, страхування життя і здоров'я (медичне страхування), страхування ризику турфірм і низку інших видів. Згідно зі ст. 17 Закону України «Про туризм», страхування туристів (медичне та від нещасного випадку) є обов'язковим і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховими компаніями, які мають право на здійснення такої діяльності.

Специфічними видами страхування є страхування на випадок затримки транспорту, поганой погоди під час перебування застрахованих осіб на відпочинку, а також ненадання або неналежне надання туристських послуг, зазначених у путівці або ваучері.

Іноземні туристи, які прибувають в Україну (крім країн СНД), мають, зазвичай, обов'язкову за законодавством країни проживання медичну страховку або спеціально придбаний з нагоди туристської поїздки страховий поліс.

Нормативними документами України щодо обов'язкового страхування встановлено, що сума страхового внеску входить у вартість проїзного документа або путівки і стягується з пасажирів, туристів, екскурсантів при продажу проїзного документа або путівки.

Згідно з чинним законодавством оплата медичної допомоги туристові за кордоном здійснюється відповідно до полісу обов'язкового медичного страхування.

Факт укладення договору страхування засвідчується полісом, переданим страховиком страховальникові. Договір страхування може бути укладений на будь-який термін.

Страховими ризиками є такі можливі події: «раптове захворювання», «нещасний випадок», «надзвичайні послуги».

Страхова компанія, крім полісу, видає кожному туристові спеціальну пам'ятку, у якій зазначено, як потрібно діяти у нещасному випадку або при раптовому захворюванні, а також адреси і телефони центрів, які надають допомогу в різних країнах світу.

При купівлі полісу слід передусім звернути увагу на те, щоб страховка передбачала оплату не тільки медичних видатків, а й евакуацію (так страховики називають будь-яке транспортування клієнта) або репатріацію, а також, щоб ліміт відповідальності страхової компанії був прийнятним.

Останнім часом стає усе поширенішим страхування з асистанс. Асистанс — це послуга, що доповнює медичну допомогу (наприклад, доставка постраждалого в лікувальну установу, розв'язання проблем щодо оплати медичних послуг тощо).

При страхуванні без асистанса (що значно дешевше), якщо стався страховий випадок, доведеться шукати медичну допомогу самостійно і самостійно оплачувати рахунки за лікування. І тільки, повернувшись в Україну, страхова компанія поверне вам витрачену на лікування суму.

Страхова сума й тарифи залежать від вартості пакета туристичних пропозицій і вартості проїзного документа.

Отже, у багатьох випадках страхування справді є не лише засобом зменшити ризик настання певної непередбаченої події, а й способом економії грошей [5:96–102].

Отже, за рахунок організації туристичних подорожей, створення необхідних умов для відпочинку і проведення дозвілля, використання матеріально-технічної бази підприємств гостинності та рекреаційних ресурсів, покращання якісних характеристик послуг забезпечується розвиток внутрішнього потенціалу. Значення туристичного бізнесу постійно зростає. Це пов'язано з підвищенням його впливу на розвиток міжнародних зв'язків, пожвавленням економічного стану країни та окремих регіонів. За рахунок проведення послідовної економічної та культурної політики між різними народами світу туризм виступає стабілізатором налагодження та зміцнення відносин між державами, дієвим фактором посилення престижу країни в світовому співтоваристві, ділових колах. Особливо підвищується роль туризму в тих регіонах, що мають багатий туристично-рекреаційний потенціал, курорти, сприятливий мікроклімат.

Туризм позитивно впливає на процес диверсифікації економіки, оскільки забезпечує певний обсяг робіт для суміжних галузей системи господарства, які безпосередньо беруть участь в обслуговуванні туристів під час мандрівки. Це стосується роздрібної торгівлі, громадського харчування, готельного господарства, побутового обслуговування, зв'язку, виготовлення сувенірів та інших товарів туристичного призначення, сільського господарства, будівництва, рекламної індустрії, екскурсійної діяльності, культури та сфери розваг.

Надання туристичних послуг є вигідним для держави з точки зору використання ресурсів. Зарубіжні туристи платять за туристичний продукт, не вивозячи його з України. Історико-культурні та архітектурні пам'ятки, природний потенціал залишаються на місці. Особливістю туристичних послуг є те, що споживачі (туристи) мають можливість корисно провести своє дозвілля, отримати приємні враження від мандрівки, оздоровитись, здійснити шоп-тури, розширити культурно-пізнавальний кругозір, поєднати навчання з відпочинком, реалізувати свої потенційні можливості у видах туризму спортивного спрямування.

Таким чином, соціальне значення туризму полягає у забезпеченні відновлення життєвих сил людини, раціонального використання вільного часу, підвищення освітнього рівня дітей, підлітків, студентів та інших груп населення. Туристи виявляють інтерес до української культури, своєрідності побуту та місцевих традицій, знайомляться з видатними пам'ятками стародавньої історії, археології, архітектури міжнародного та національного значення, мають можливість скористатись цілющим кліматом, відомими лікувальними мінеральними джерелами [1:631–632].



---

**Література**

1. *Виноградська А. М.* Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: Монографія. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 807 с.
2. *Голошубова Н. О.* Організація торгівлі: Підручник для студ. вищ. навч. закл. — К.: Книга, 2004. — 560 с.
3. *Карпенко В. Д., Рогова А. Л., Шкарлупа В. Г., Положишинікова О. І., Пилипей М. І.* Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування: Навч. посібник. — К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2003. — 248 с.
4. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / За редакцією проф. Апопія В. В., проф. Гончарука Я. А. — Львів: ЛКА, 2001.
5. *Мальська М. П., Худо В. В.* Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: Навч. посібник. — Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. — 314 с.
6. *Рогієв Х. Й.* Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. — К.: Кондор, 2005. — 408 с.
7. *Школа І. М.* та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібник. — Чернівці, 2003. — 596 с.

Коцьо О. Я.

## ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРОБЛЕННЯ ПЕРЕЛІКУ ПОКАЗНИКІВ ЯКОСТІ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ РЕГІОНУ

*Проаналізовано проблеми оцінки якості життя. Виділено основні компоненти показників якості життя. Описано різноманітні показники оцінки якості життя і на основі дослідження виявлено комплексні показники з цієї проблеми в населення регіону.*

Однією з важливих проблем оцінки якості життя є побудова переліку показників, що розкривають структуру і зміст цього поняття. Систем показників якості життя, які пропонують різні дослідники й організації, дуже багато і вони різноманітні за своєю структурою і складом показників, оскільки відображають різні цілі класифікацій і підходи до розуміння самої проблеми. Одні фахівці включають в перелік в основному техніко-економічні показники якості життя, що забезпечують можливість їхньої об'єктивної оцінки. Інші наголошують на суб'єктивних характеристиках якості життя, підкреслюючи важливість психологічних, моральних, культурно-релігійних сторін життєдіяльності людей.

Різнноманітні також підходи і до структури переліку показників — від декількох узагальнених, що охоплюють лише найважливіші сторони життя людини, — до багаторівневих детальних систем, що включають найдокладніший перелік різних факторів і складових.

Першими номенклатуру показників якості життя ще в 1961 р. запропонували фахівці ООН, вона включала [4]: здоров'я; споживання продуктів харчування; освіта; зайнятість, умови праці; житлові умови; соціальне забезпечення; одяг; рекреація, вільний час; права людини.

Досить широке поширення одержала на початку 70-х років версія концепції якості життя, запропонована шведським дослідником Юхансоном, у його варіанті перелік показників якості життя складається з таких компонентів [2]: праця й умови праці; економічні можливості; політичні можливості; шкільне навчання; здоров'я і використання медичної допомоги; формування родини і сімейні відносини; житло; харчування; вільний час і його проведення. Зазначимо, однак, що таке трактування концепції якості життя більше орієнтоване не на те, як задовольняються потреби індивіда, а на аналіз того, яким чином він (індивід) розпоряджається наявними можливостями.

Інші шведські фахівці Л. Леві та Л. Андерсон запропонували свою точку зору з більш гуманітарним трактуванням структури показників якості життя, а саме: розглядати сукупність умов фізичного, розумового і соціального благополуччя окремих індивідів чи соціальних груп як основний критерій якості життя. При цьому повинні розглядатися такі характеристики, як відчуття щастя і задоволення, задоволеність станом здоров'я, одруженням, сімейними відносинами, роботою, домашніми умовами, фінансовим становищем, можливостями одержання освіти, здатністю до творчої діяльності.

Свою пропозицію у 1971 році зробив професор Масачусетського технологічного інституту Дж. Форрестер, який запропонував вимірювати якість життя за такими глобальними індикаторами [2]:

- чисельність населення;
- кількість національного капіталу;
- частка капіталу в сільському господарстві;
- кількість наявних природних ресурсів;
- забруднене середовище існування.

Крім Форрестера велику увагу приділяють розробці переліку показників при визначенні так званих об'єктивних індикаторів якості життя й інші закордонні дослідники, серед них — американський учений Дж. Джонстон, яка використовувала у своїх дослідженнях якості життя понад 20 індикаторів, згрупованих за 9 сферами соціальних

інтересів (здоров'я, кримінал, освіта, робота, доход, бідність, домогосподарство, сімейна стабільність і соціальна рівність) [2].

До індикаторів у сфері здоров'я, наприклад, вона віднесла: очікувана тривалість життя, дитяча смертність, кількість сприятливих днів у році.

До сфери кримінал включено: число скоєних злочинів у році, число злочинів, пов'язаних із крадіжкою власності, на 10 000 чоловік.

Сферу освіти формують наступні індекси: відсоток населення старшого за 25 років, що мають 4 чи більше років навчання в коледжі; число студентів вищих закладів, що мають схильність до продовження своєї освіти.

Сфера робота містить: загальне число безробітних, % не працюючих понад 15 тижнів, % тих, хто втратив роботу менш ніж 15 тижнів тому.

Сфера доход включає індекси: середній сімейний доход, виражений за курсом долара відповідного року; середня щотижнева зарплата, виражена за курсом долара відповідного року.

До сфери бідність віднесено: % потребуючого населення; % потребуючих дітей (до 18 років, що живуть у родинях).

Сфера домогосподарство включала: число споруджуваних приватних будинків; середня ціна частки будинку, виражена за курсом долара відповідного року.

Сфера сімейна стабільність містила: число розлучень на 1000 чоловік населення; число повних родин як % від загального числа родин.

У сферу соціальна рівність входили: співвідношення тривалості життя (чорношкірі, білі); співвідношення тих, що мають освіту (4 роки коледжу, чорношкірі, білі); співвідношення середнього сімейного доходу (чорношкірі, білі).

У рамках сформульованої ООН концепції розвитку людського потенціалу в середині 90-х років був прийнятий новий перелік, який складався із трьох основних показників:

- довголіття, вимірюваного як очікувана тривалість життя при народженні;
- досягнутий рівень освіти, вимірюваний як комбінація індексу грамотності дорослого населення і ступеня охоплення навчанням у початкових, середніх і вищих навчальних закладах;
- рівень життя, вимірюваний на базі реального ВВП на душу населення (в дол. США у паритеті купівельної спроможності — ПКС).

Проте індекс, що розраховується на основі цих трьох показників, не дає досить повного уявлення про рівень розвитку людського потенціалу. Для одержання більш повної картини розвитку людського потенціалу в будь-якій країні його необхідно доповнювати іншими важливими показниками розвитку людини, що і було представлено в доповіді ООН за 1998 рік, де перелік показників включав вже 16 комплексних і близько 150 одиничних показників [4]. Серед комплексних показників можна виділити: освіту, зайнятість, безробіття, доступ до інформації і комунікацій, політичне життя, соціальний стрес і соціальні зміни, диспропорцію між військовими витратами і використанням ресурсів, темпи росту урбанізації, демографічні тенденції, споживання енергії, погіршення якості навколишнього середовища, динаміку економічних показників і ін.

Фахівці ООН постійно удосконалюють методологію оцінки індексу розвитку людського потенціалу і насамперед структуру показників, узагальнюючи досвід численних досліджень, проведених різними вченими й організаціями.

Велику увагу розробці переліку показників якості життя приділяють у своїх дослідженнях російські фахівці. Так, В. Пономаренко і В. Піскунов, виходячи з розуміння якості життя насамперед як економічної категорії, що характеризує ступінь забезпеченості людей споживчими благами в кількісному вираженні, включають у перелік наступні

показники: розмір оплати праці, реальний дохід, обсяг споживчих благ і послуг, рівень споживання продовольчих і непродовольчих товарів, тривалість робочого і вільного часу, житлові умови, рівень освіти, охорони здоров'я, культури [3].

У 1998 році В. Бобков і П. Масловський-Мстиславський (Росія) представили свою класифікацію показників якості життя [1]. Перший, досить детальний перелік, будується шляхом групування показників (їх понад 110) за сферами життя у відповідності зі структурою процесів життєдіяльності людей з наступним узагальненням. Відповідно до запропонованого підходу автори виділяють наступні сфери життя: трудове життя; розвиток здібностей людей; сімейне життя; побут і підтримка здоров'я; життя непрацездатних; дозвілля; навколишнє середовище; життя в екстремальних економічних ситуаціях; турбота про майбутнє.

Другий узагальнений перелік соціально-економічної структури якості життя будується з обліком першого і включає 7 комплексних показників, три з яких, на думку авторів, базуються на відомій статистиці, а чотири вимагають проведення спеціальних опитувань населення.

До цих показників відносяться:

- спосіб життя: соціально-економічний тип життя (якісний аналіз); демографічна структура населення; соціально-економічна структура населення; структура бюджету часу населення;
- ефективність життя: продуктивність праці; творчий внесок у прогрес суспільства; особиста винагорода; внесок у суспільний дохід і багатство;
- рівень життя: ступінь задоволення науково обґрунтованих особистих потреб людей;
- відповідність життя особистим інтересам;
- ступінь задоволення особистим життям;
- ступінь задоволення становищем у країні;
- ступінь задоволення становищем у світі.

Номенклатуру показників якості життя на рівні регіону розробила група російських фахівців з проблем якості Без'язичний В. Ф., Леонов Б. Н., Шилков Е. В., Кононов В. А. (див. табл. 1.1) [2].

Таблиця 1.1

#### Комплексні показники якості життя населення регіону

| 1 рівень                 | 2 рівень   |
|--------------------------|--|
| Добробут                 | Рівень задоволення фінансовими доходами; рівень зайнятості населення         |
| Здоров'я                 | Тривалість життя; захворюваність; травматизм                                 |
| Житлові умови            | Забезпеченість житлом  |
| Якість продукції, послуг | Якість продукції; якість послуг  |
| Освіта                   | Забезпечення навчальними закладами (дошкільними, загальноосвітніми, вищими); |
| Екологія                 | Стан екології; захищеність регіону від виникнення надзвичайних ситуацій      |
| Конституційні права      | Збереження конституційних прав   |

Автори цього підходу відзначають, що категорія якості життя в даний час виходить на перший план при аналізі техніко-економічного і соціального рівнів, тому що дозволяє найбільше повно оцінити стан і порівняти регіони за рівнем життя населення. При цьому

потрібно враховувати всі сфери життя, що впливають на умови проживання людини в даному суспільстві.

Представлені переліки показників наочно свідчать про складність обліку в них усіх різноманітних сторін якості життя. Разом з тим, вони дозволяють виділити ті основні характеристики, аналіз і оцінка яких дає можливість не тільки одержувати точні дані про рівень життя населення різних регіонів чи держави в цілому, але і визначати тенденції їхньої зміни з метою прийняття своєчасних управлінських рішень.

#### **Література**

1. Бобков В., Масловский-Мстиславский П. Качество жизни: концепция и измерение / Всероссийский центр уровня жизни. — М., 1998.
2. Качество жизни: сущность, оценка, стратегия формирования. — Москва: ЭФЦ ВНИИТЭ, 2000. — 121 с.
3. Путь в XXI век: стратегические проблемы и перспективы российской экономики / Рук. авт. колл. Д. С. Львов. Отд. экономики РАН; научно-ред. совет изд-ва «Экономика». — М.: ОАО «Экономика», 1999. — 63 с.
4. <http://hdr.undp.org/reports/global/2002/en>.

*Лильо-Откович З. М.*

## **ЕКСПЕРТИЗА ТВОРІВ ТЕМПЕРНОГО МАЛЯРСТВА, ЩО ПЕРЕТИНАЮТЬ КОРДОН**

*Пожвавлення на туристичному ринку України зумовлює підготовку фахівців з питань туристичного менеджменту, зокрема гостро постає проблема спеціалістів у галузі експертизи культурних цінностей. У Львівському інституті економіки і туризму формуються професійні навички майбутніх спеціалістів у рамках курсу «Основи експертизи культурних цінностей». Базовим матеріалом для вивчення та дослідження є збірки музеїв Львова та лабораторії науково-дослідних установ.*

В останні десятиріччя спостерігається значне пожвавлення на туристичному ринку України. Західні землі країни займають в цьому процесі особливе місце. Відкритість кордонів на заході та традиціоналізм у відвідуванні цих теренів громадянами країн СНД вимагає додаткових зусиль у підготовці фахівців з питань туристичного менеджменту. В контексті цих питань особливо гострою й актуальною постає проблема професійної підготовки спеціалістів, зокрема у галузі експертизи культурних цінностей, які є предметом особливого зацікавлення багатьох туристів, бізнесменів, колекціонерів, антикварів тощо. Проблема стає гострішою через недостатню кількість навчальних закладів, які готують таких спеціалістів, фундаментальних праць у цій галузі, чи навіть побіжних та поверхових обговорень, які б висвітлювали цю проблему, а також практичних навичок. У Львівському інституті економіки і туризму, де в рамках курсу «Основи експертизи культурних цінностей» для студентів, що навчаються за спеціальністю «Товарознавство та експертиза в митній справі», проводиться формування професійних навичок експерта культурних цінностей, поєднуючи базові знання студентів з історії, митної справи, експертизи товарів тощо із знаннями історії декоративно-ужиткового та образотворчого мистецтва, технології, методів виконання. Базовою основою для лекційних та практичних занять є львівські музеї, приватні збірки, антикварні крамнички, науково-дослідні реставраційні майстерні, які дають можливість всебічно вивчати поставлені навчальною програмою завдання. Музейні експонати є чудовим ґрунтовним ілюстративним матеріалом, на якому вдосконалюються знання в напрямку візуальної експертизи. Для проведення повного професійного аналізу пам'ятки культури необхідна технічна експертиза, а її проведення — значно складніший та довготриваліший процес. На сьогоднішній день базою для проведення технічної експертизи є Львівський філіал Національного науково-дослідного реставраційного центру Міністерства культури і туризму України<sup>1</sup>, який надає можливість проведення фахової хімічної, біологічної та фізико-оптичної експертизи в рамках навчального процесу.

Серед творів мистецтва, які щоденно перетинають державний кордон України, є предмети, що становлять культурну цінність, тому важливим й відповідальним завданням експерта є фахова оцінка твору й визначення його приналежності чи то до культурних цінностей, які не можуть бути вивезеними за кордон, чи то до сучасних сувенірних виробів та предметів культурного призначення серійного та масового виробництва, які не є цінністю державного значення.

Важливість підготовки товарознавців-експертів на сьогоднішній день є очевидною, а особливо важливо це для експерта культурних цінностей, оскільки експерт митної служби — це людина, яка чи не першою при перетині через державний кордон спілкується з іноземним громадянином, і тому її фаховий рівень має бути «гідним репрезентантом» культури свого народу.

В межах окресленої теми вважаємо за потрібне висвітлити поставлену проблематику на прикладі творів темперного малярства. Твори темперного малярства, тобто іконопис — один з найпоширеніших видів образотворчого мистецтва, який користується

великим інтересом в іноземного туриста. Як свідчить статистика, твори іконопису, що походять з наших теренів, у великій кількості зустрічаються за кордоном — у приватних колекціях, антикварних крамницях, приватних музеях, часто виставляються на аукціонах. Щоб дати об'єктивну експертну оцінку твору, потрібно спиратися на знання законів, які регулюють відносини, пов'язані з вивезенням, ввезенням та поверненням культурних цінностей, і спрямовані на охорону національної культурної спадщини та на знання в галузі мистецтвознавства, технологій й, безперечно, навички, про які йшлося вище. Всі ці знання студент отримує під час вивчення фахових дисциплін.

З метою одержання об'єктивних результатів, експертиза темперного живопису проводиться у двох напрямках: мистецтвознавчому та технічному. При мистецтвознавчій, тобто візуальній експертизі визначають атрибуцію та датування, тобто сюжет, іконографію, авторство, чи приналежність до певної школи і кола майстрів, час створення. При цьому аналізують:

— мистецький аспект: особливості художньої школи; закони перспективи, за якими побудована композиція; особливості творчої манери майстра, стиль виконання; колористика; вибір сюжету;

— технологічний: аналіз деревини зі звороту ікони (в основному, на наших теренах для іконного щита використовувались такі породи як сосна, ялина, липа), спосіб її обробки (сокирою, шерхебелем, стамескою, рубанком), ступінь ушкодження дошки жуком-деревогризом (суцільно, частково, у певній частині твору), деформація дошки (жолобкування, руйнування, викликані біоорганізмами); наявність та характер шпуг [1]<sup>2</sup> (двосторонні, різносторонні, фігурні, накладні, торцеві тощо), спосіб їх кріплення й розташування; музейні написи та наклейки на звороті (присутність їх свідчитиме про приналежність пам'ятки до конкретного музею, на що вказуватиме обов'язковий інвентарний номер твору із зазначенням аббревіатури музею та назви відділу); аналіз твору загального вигляду з лицьового боку: наявність ковчега<sup>3</sup> чи його відсутність (така деталь чіткіше підтверджуватиме дату виконання при атрибуції); наявність паволоки<sup>4</sup> (суцільно або частково), матеріал (льон, коноплі, синтетика), спосіб переплетення (прямий або полотняний, саржевий, складний); аналіз ґрунту (левкас) (колір, товщина, стан збереження), наявність кракелюру [2]<sup>5</sup> у левкасі та його форма (горизонтальний, вертикальний, дрібносітчастий, середньосітчастий, крупносітчастий, мармуроподібний); наявність декору та його характер (кожен період характеризувався певною орнаментикою та характером її виконання), спосіб виконання (різьблення або риткування по золоченому левкасу, ліпнина, відтискання на свіжому левкасі); аналіз фарбового шару (жовткова темпера, олійний живопис, мішана техніка (поєднання темпер з олією, так звана фрязька манера), наявність кракелюру фарбового шару; покривний шар<sup>6</sup> (розподіл його дефектів по поверхні твору), матеріал (оліфа, лак, смоляний лак, плівка яєчного білка), характер (колір, блиск, матовість, фактура); наявність золочення<sup>7</sup> (тло, вибірково, німби, асист<sup>8</sup>, спосіб нанесення (без поліменту, по поліменті<sup>9</sup>, по левкасу з ліпним орнаментом), матеріал (сусальне (листокове), творене (фарби з порошків золота і срібла, затерті на клеєвому зв'язуючому), покриття, які імітують позолоту (бронзова фарба)); наявність риз, вінців чи цат<sup>10</sup> (матеріал, з якого виготовлені ризи (золото, срібло, мідь, інші сплави, дерево, тканина), складається з однієї частини чи з кількох; декор (рослинний, геометричний, дорогоцінним камінням, імітацією під дорогоцінне каміння, перли, коралі), спосіб декорування (карбування, різьблення, чернь, емаль, зернь, басма, штампування)), їх характер; наявність обрамлення (просте, фігурне, глибоке, декороване мальованим орнаментом чи різьбленим (неглибока різьба чи ажурна), характер декору, характер кріплення, присутність сюжетів на обрамленні). Аналізується загальний стан збереження (задовільний чи незадовільний).

Технічний напрямок передбачає фізико-оптичну експертизу, яка включає в себе:

- огляд твору при боковому освітленні, при якому добре проглядається фактура живопису, а також можна виявити ледь помітні випуклі місця нижнього фарбового шару. Це свідчить про те, що під верхнім шаром є інший шар з вставками ґрунту;

- обстеження твору за допомогою фільтрованих ультрафіолетових променів (УФП) [3]. Освітлення поверхні твору у темному приміщенні фільтрованими УФП викликає люмінесценцію (свічення) поверхневого шару. Різниця відтінків свічення різних ділянок твору вказує на різницю їх хімічного складу чи на зміну фізичної побудови;

- обстеження твору за допомогою інфрачервоних променів (ІЧП) [4]. Ці промені проникають глибше — до поверхні нижнього шару живопису чи ґрунту. З допомогою ІЧП під шаром запису чи захисної плівки можна виявити зображення, виконані фарбами, які сильно поглинають ІЧП, тобто, можна виявити первинний текст, фігури, деталі, інше розташування складок, тощо;

- дослідження в рентгенівських променях для визначення характеру основи, на якій виконано твір [5]; виявлення під верхнім фарбовим шаром більш раннього живопису, виявити пізніші вставки, паволоки, приховані пошкодження дошки;

- обстеження за допомогою бінокулярного мікроскопа дозволяє об'ємно побачити деталі. При збільшенні від 30 до 400 разів можна визначити нижні шари через розтріскування і місця незначних втрат верхнього шару живопису;

- використання мікрофотографії для вивчення особливостей манери створення твору, почерку художника;

- накладання знімків з оригіналу ікони на підроблені, виконаних в режимі макрофотографування;

- обстеження ідентичності ікони в режимі мікрофотографування;

- визначення вологості деревини ікони з використанням електронного вологоміру ЕВ-2К. Метод базується на залежності електричного опору деревини від її вологості;

- спектрометричне обстеження ікони за допомогою спектрометра AVATAR 320 F I (визначення складу пігментів, їх натуральності та ґрунту основи);

хімічному:

- проведення мікрохімічного аналізу з метою вивчення складу барвників та проведення аналізу їх використання у певний період [6];

біологічному:

- проведення мікологічного обстеження для визначення середовища, в якому зберігалась пам'ятка (вологість, температура, рН середовище, освітлення, місткість кисню) [7];

- ентомологічного обстеження для визначення умов збереження [8].

Поданий матеріал засвідчує, що проведення повної експертизи культурних цінностей, в даному випадку, темперного живопису, вимагає ґрунтового вивчення та опрацювання матеріалу в декількох галузях, що є необхідною умовою і є важливим моментом у вихованні фахового спеціаліста у контексті розвитку митної справи, а відтак у формуванні сучасного фахівця, який є не тільки фахівцем у своїй галузі, але й носієм високих принципів «народної дипломатії».

### Примітки

<sup>1</sup> Львівський філіал ННДРЦ був створений 1 січня 1984 року з метою покращення обслуговування музеїв західних областей України. На філіал покладено завдання з вивчення, реставрації та консервації творів темперного та олійного малярства і поліхромної скульптури, а також надання консультацій з питань збереження, експертизи, ведення обліку та відбору творів на реставрацію. У філіалі застосовуються найновіші методи досліджень. Працюють спеціалісти різних галузей —



художники-реставратори, мистецтвознавці, хіміки, біологи, фізики, знавці наукових методів зберігання творів.

<sup>2</sup> Дерев'яний брусок, прибитий до зворотнього боку ікони чи до торцевого або ж вставлений у спеціально зроблений для цього паз. Служить для запобігання деформації дошки.

<sup>3</sup> Плоске заглиблення в іконному щиті, на поверхні якого виконується сюжетний живопис.

<sup>4</sup> Тканина, яка наклеюється на іконний щит для запобігання деформацій в результаті розтріскування дошок у місцях їх склейки, на площині біля верхнього та нижнього полів, поблизу сучків.

<sup>5</sup> Дефекти левкасу — тріщини різної форми та рисунку, викликані незначною деформацією основи (деревини). Густота сітки кракелюру при нормальних умовах зберігання, як правило, залежить від віку левкасу: чим він старший, тим сітка густіша.

<sup>6</sup> Використовується для запобігання від зовнішніх впливів.

<sup>7</sup> Нанесення на поверхню листового золота, срібла чи твореного золота і срібла

<sup>8</sup> Клеєвий склад для наклеювання листового золота і срібла на поверхню живопису тонкими лініями.

<sup>9</sup> Червоно-коричневий склад для листового золочення.

<sup>10</sup> Прикраса у вигляді півмісяця.

### Література

1. Реставрация станковой темперной живописи. Ред. В. В. Филатов. — Москва: Изд-во «Изобразительное искусство», 1986. — 160 с.

2. Никитин М., Мельникова Е. Химия в реставрации: Справочное пособие. — Ленинград: Химия, 1990. — 303 с.

3. Музейное хранение художественных ценностей: Практическое пособие. — Москва, 1995. — 215 с.

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

Мартин О. М.

**ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ  
ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

*Аналізуються економічні аспекти функціонування туристичної галузі, а також перспективні напрями активізації інвестиційного процесу в цій сфері. Обґрунтовано необхідність розроблення і ухвалення комплексної програми залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у туристичну галузь.*

Туризм сьогодні — це одна із найбільш динамічних і прибуткових галузей світової економіки, на яку припадає 10 % світового валового національного продукту, 7 % загального обсягу інвестицій, 11 % світових споживчих витрат і третина світової торгівлі [12:80]. Туристична галузь в українській економіці починає відігравати чим раз більшу роль. Україна має сприятливе поєднання природно-кліматичних і географічних умов, різноманітність рекреаційних ресурсів, ефективно використання яких буде сприяти розвитку туризму.

Метою статті є дослідження економічних аспектів функціонування туристичної галузі, аналіз інвестиційного процесу в економіці туризму і оцінка його ефективності, а також виявлення перспективних напрямів залучення інвестицій в цю галузь.

Формування і розвиток ринку туристичних послуг в Україні, проблеми функціонування і перспективи його розвитку, дослідження чинників впливу на розвиток туристичної галузі аналізуються у працях багатьох українських і зарубіжних економістів, серед яких А. Ю. Александрова, Ю. О. Коваленко, К. В. Константинова, А. Д. Чудновський, В. І. Цибух. В останні роки поштовхом до дослідження інвестиційного процесу в галузі туризму, звертається увага на необхідність максимального зближення параметрів підприємницького і інвестиційного клімату [7:166] та комплексне використання інвестиційного потенціалу регіону [3; 8]. Проте в економічній літературі недостатньо уваги приділено аналізу перспективних напрямів інвестування у економіку туризму, не відображені теоретичні аспекти ефективності інвестиційних проєктів.

Туризм — це особлива галузь економіки, яка пропонує на ринку туристичні послуги, що задовольняють потреби людей у відпочинку і оздоровленні. З одного боку туризм є важливою складовою частиною національної економіки, його розвиток значною мірою залежить від рівня економічного розвитку країни, а з іншого — динамізм розвитку туристичної галузі є важливим поштовхом до економічного зростання. Це пояснюється економічними аспектами функціонування туристичної галузі, до яких, на наш погляд, необхідно віднести наступні:

1. Туристичний бізнес приваблює підприємців невеликим стартовим капіталом, швидким терміном окупності, динамічним зростанням попиту на туристичні послуги, високим рівнем рентабельності [1:48]. Окупність витрат в туристичній сфері в середньому складає два-чотири роки [4:712].

2. Розвиток туризму стимулює розвиток інфраструктурних елементів — ресторанів, підприємств торгівлі, готелів, систем комунікації, сприяє розвитку будівництва, транспорт-

ного забезпечення, розширенню виробництва товарів і послуг у результаті збільшення платоспроможного попиту зі сторони іноземних і вітчизняних екскурсантів.

3. Туристична послуга включає цілий набір послуг, що отримує турист. Тому туристична сфера створює значну кількість робочих місць і сприяє розв'язанню проблеми зайнятості у національній економіці. Зростання кількості робочих місць не вимагає великих витрат. Економісти вважають, що витрати на створення одного робочого місця в туристичній сфері у 20 разів менші, ніж у промисловості [4:712]. Разом з тим, у туристичній сфері впровадження нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу.

4. Зростають доходи населення, яке працює в туристичній сфері. Це у свою чергу збільшує споживчий попит, який є важливим чинником зростання ВВП у національній економіці. За розрахунками швейцарського економіста Х. Рюттера, туризм збільшує вторинний попит на товари і послуги на 2,6 % [16].

5. Зростання попиту на туристичні послуги і динамічне зростання туристичного бізнесу сприяє наповненню дохідної частини бюджету за рахунок розширення податкової бази.

6. Міжнародний туризм як вид економічної діяльності є джерелом валютних надходжень в національну економіку.

7. Туристична сфера розвивається під час кризи. В умовах економічного спаду, коли доходи населення були мінімальними, на ринку туристичних послуг в Україні швидкими темпами зростав шоп-туризм або човниковий туризм. Люди таким чином отримували доходи, а дефіцитний споживчий ринок України наповнювався товарами.

Вплив туризму на економіку країни в економічній літературі пропонується оцінювати за допомогою мультиплікатора туризму. Однією з найбільш поширених моделей цього мультиплікатора є модель, яка ґрунтується на врахуванні витрат туристів і розроблена Б. Арчером і С. Оуеном в 1971 р. [14]. Оскільки туристичні підприємства залежать від інших підприємств-постачальників, тому будь-які зміни у витратах туристів спричиняють зміну виробництва, доходів і зайнятості у даному туристичному регіоні. Мультиплікатор туризму — це відношення змін одного з економічних показників (виробництво, дохід, зайнятість) до змін витрат туристів. Чим більше значення мультиплікатора, тим вища віддача від кожного витраченого туристами долара чи гривні. Оскільки туризм безпосередньо пов'язаний із багатьма галузями економіки, тому для розрахунку мультиплікатора потрібна чимала база даних [6:85].

ВТО проведено розрахунки мультиплікатора продаж в туризмі і отриманих доходів від нього. В результаті отримані такі значення даного мультиплікатора: для Домініканської Республіки — 1,2, Бермудських островів — 1,1, Багамських островів — 0,78 [15]. Розрахунок мультиплікаторів для України або її регіонів не проводився.

Згідно з прогнозами ВТО, туризм буде розвиватися і в найближчому часі, і в майбутньому [11]. Основними чинниками швидкого розвитку цієї галузі є збільшення населення і підвищення рівня життя, розширення і удосконалення транспортного обслуговування, збільшення вільного часу, зростання цінності такого економічного блага як відпочинок. Україна не може бути поза цими процесами.

Нині туристична індустрія в Україні відстає від світових показників. Так, у Швейцарії, Бельгії, Німеччині, Бельгії середньорічні витрати на туризм у розрахунку на одного жителя країни становлять більше 500 дол., тоді як в Україні — менше 150 дол. [13:12]. Попит на туристичні послуги визначається рівнем економічного розвитку країни, тобто рівнем життя. Згідно проведених даних ВТО, у 90-х роках ХХ століття в розвинутих країнах Заходу серед туристів переважали представники середнього класу: від 40 % в Нідерландах до 59 % в Італії [6:85]. Люди з невисоким достатком займають незначне місце в туристичних потоках цих країн.

Зростання реальних доходів населення в Україні започатковано економічним зростанням з 2000 р. Динамічне економічне зростання, а також об'єктивна потреба держави перебувати в руслі глобалізаційного розвитку і вищезначені економічні аспекти функціонування туристичної галузі вимагають зміни акцентів інвестування у цю галузь.

В Україні прийнята Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки, яка спрямована на створення та розвиток туристичної інфраструктури, створення конкурентоспроможного українського туристичного продукту, формування стратегії просування українського туризму на зовнішній ринок. Проте державна підтримка туризму в Україні не передбачає цільових бюджетних інвестицій в його розвиток. Поширеною формою інвестицій є підтримання його на місцевому рівні за кошти місцевих бюджетів.

В умовах дефіциту ресурсів важливим є залучення не тільки внутрішніх ресурсів інвестування, а також прямих іноземних інвестицій, які разом із внутрішніми інвестиціями генерують синергійний ефект у випадку економічного росту перехідної національної економіки. Зауважимо, що між економічним зростанням країни і темпами надходження прямих іноземних інвестицій існує прямий зв'язок. Збільшення ВВП країни, що розвивається, на 1 % вимагає збільшення прямих іноземних інвестицій на 10 млн. дол. [5:75]. Проте зауважимо, що прямі іноземні інвестиції повинні мати характер доповнення до внутрішніх інвестицій. Тільки в цьому разі вони зможуть сприяти економічному зростанню.

Україна дуже поступово включається до міжнародної інвестиційної діяльності. За обсягом залучення прямих іноземних інвестицій на душу населення Україна має одне з останніх місць серед країн Східної та Центральної Європи. За підрахунками економістів загальна потреба у зовнішніх інвестиціях складає 40–50 млрд. дол. [9:14], тобто станом на 1 січня 2005 р. в економіку України іноземними інвесторами було вкладено близько 15 % від загальної потреби в іноземних інвестиціях. Найбільшу інвестиційну привабливість зі сторони зарубіжних країн мають експортно-імпортні галузі промисловості (паливно-енергетичний і металургійний комплекс, хімічна промисловість, машинобудування) або високоприбуткові проекти з коротким терміном окупності (торгівля, харчова промисловість, фінансові послуги). Галузі туристичного комплексу не є інвестиційно привабливими. Так, на 1 січня 2005 р. частка прямих іноземних інвестицій у готелі і ресторани складала 3,1 % від загального обсягу цих інвестицій [10:151].

Основною причиною, яка перешкоджає залученню іноземних інвестицій в Україну є відсутність умов для формування сприятливого інвестиційного клімату. Останній визначається низкою чинників: стабільністю економічної та політичної ситуації; недосконалим та суперечливим законодавством; нечіткістю визначення прав власності; відсутністю реальних пільг для іноземного капіталу; нестабільністю гривневого простору; непередбачуваністю змін у податковій системі [7:169]; відсутністю розвинутої інфраструктури; несприятливим екологічним середовищем.

Позитивними чинниками сприятливого інвестиційного клімату, які приваблюють зовнішнього інвестора, є вигідне географічне положення, наявні різноманітні природні ресурси, науково-технічні можливості, наявність відповідних угод з МВФ. Україна позитивно характеризується як держава, що провела грошову реформу, стабілізує національну валюту.

Створення сприятливого інвестиційного клімату сприятиме залученню інвестиційних ресурсів у національну економіку загалом і, зокрема, у туристичну галузь, ефективному використанню туристичних ресурсів у кожному регіоні, служитиме розвитку підприємництва в цій галузі, а у результаті — забезпечуватиме економічне зростання в Україні. За оцінками економістів, тільки в туристичний комплекс Криму можна буде залучити близько 100 млн. дол. США [2:82].

Зауважимо, що у процесі ухвалення інвестиційного рішення оцінка ефективності інвестицій в інвестиційний проект є найвідповідальнішим етапом. Вона повинна враховувати

принципи, яким відповідають методи оцінки, що ґрунтуються на дисконтуванні грошових потоків і передбачають врахування фактору часу. До таких методів відносять: чисту дисконтовану вартість, внутрішню норму дохідності, індекс прибутковості, період окупності інвестицій. Використання системи показників для оцінки ефективності інвестиційних проєктів, побудованих на дисконтуванні грошових потоків, по-перше, дає можливість сформулювати оптимальну стратегію інвестування за умов інвестиційного ризику. Це особливо актуально для України, оскільки науково обґрунтована стратегія інвестування підприємства підвищує ефективність не тільки окремих інвестицій, але і всього інвестиційного процесу в національній економіці. По-друге, методика дисконтування є фактором збільшення пропозиції інвестиційних ресурсів на інвестиційному ринку. Комерційні банки при кредитуванні повинні добре орієнтуватись в окупності інвестиційних проєктів. По-третє, залучення іноземних інвестицій також передбачає обов'язковий розрахунок повернення коштів. При цьому цей розрахунок також повинен здійснюватись за прийнятою на Заході методикою, тобто за методикою дисконтування грошових потоків.

Таким чином, в умовах обмеженості внутрішніх інвестиційних ресурсів активізувати процес залучення іноземного капіталу в туристичну галузь можливо за умови, коли будуть враховані інтереси іноземних інвесторів. Це сприятиме економічному розвитку країни. Тому, на наш погляд, в Україні необхідно розробити і ухвалити Комплексну програму залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у туристичну галузь. При цьому ця програма повинна, по-перше, враховувати всі аспекти функціонування галузі, як на національному, так і регіональному рівнях; по-друге, орієнтуватись на дотримання екологічних аспектів запровадження інноваційних технологій в туристичну галузь; по-третє, передбачати розвиток всіх компонентів туристичного обслуговування (туристичні ресурси, транспортне обслуговування, розвиток торгівлі, кадровий потенціал тощо).

Комплексне вирішення проблем, пов'язаних із залученням внутрішніх і зовнішніх інвестицій у національну економіку і в економіку туризму, зокрема, ефективне використання інвестиційних ресурсів, реалізація інвестиційно-інноваційної моделі розвитку, враховуючи при цьому кращий зарубіжний досвід, дасть можливість забезпечити в Україні сталий економічний розвиток і на цій основі підвищити рівень життя.

### Література

1. *Александрова А. Ю.* Международный туризм: Учебное пособие для вузов. — М.: Аспект Пресс, 2001. — 352 с.
2. *Астафьев Д. С.* Состояние инвестиций в санаторно-туристском комплексе Крыма // Экономика и управление. — 2004. — № 2–3.
3. *Воробьева Е. И., Воробьев Ю. Н.* Анализ активности иностранного капитала в экономике АР Крым // Экономика Крыма. — 2004. — № 12.
4. *Коваленко Ю. О.* Особенности развития международного туризма как виду экономической деятельности // Стратегия развития Украины (экономика, социология, право): Научный журнал. — Вип. 3–4. — К., НАУ, 2004.
5. *Колосов О. Є.* Напрямки трансформації інвестиційної політики України в контексті сучасних тенденцій іноземного інвестування // Фінанси України. — 1998. — № 9.
6. *Константинова К. В.* Влияние туристической индустрии на мировую экономику // Экономика развития. — 2005. — № 4.
7. *Мальська Х. П., Худо В. В., Цибух В. І.* Основы туристического бизнеса: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 272 с.
8. *Нориганова О. А.* Перспективные направления и механизмы стимулирования инвестиций в туристический комплекс Крыма // Экономика Крыма. — 2005. — № 14.
9. *Положенко Д.* Фінансова глобалізація та її можливі наслідки // Економіка України. — 2002. — № 9.

- 
10. Україна в цифрах у 2004 році / Державний комітет статистики України. — К., 2005. — 261 с.
  11. Устойчивое развитие туризма. Доклад генерального секретаря / Комиссия по устойчивому развитию. Организационная сессия (30 апреля — 2 мая 2001 г.). — Нью-Йорк: ООН, 2001. E/CN.17/2001/PC.21. — 5 с.
  12. Цибух В. І. Державне регулювання у сфері туризму в Україні // Статистика України. — 2005. — № 1.
  13. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова. — Финансы и статистика, 2002. — 380 с.
  14. Archer B. H., Owen C. Towards a tourist regional multiplier // Regional Studies. — 1971. — Vol. 5.
  15. Rutter H. Wirtschaftsfaktor Tourismus in Volkswirtschaft. — Bern, 1999. — S. 9–16.
  16. Department of Industry, Science & Tourism 1996, «Tourism Facts», Tourism Industry Trends, August, 1996. — 86 p.
-

Біль М. М.

## МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЧИННИК ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

*У даній статті розглядається роль і місце міжнародного туризму в умовах розвитку сучасного світового господарства, глобалізації світової економіки, визначаються основні чинники, які сприяють зростанню обсягів міжнародного туризму та його значення для соціально-економічного розвитку країни, зокрема України. Акцентується увага на важливості розвитку в Україні насамперед транзитного туризму, враховуючи її вигідне геополітичне положення та туристичний потенціал.*

Глобалізаційні процеси, що характеризують сучасний розвиток світової економіки, не є неочікуваним явищем, вони закономірні і передбачувані. Ми можемо констатувати, що явище автаркії сьогодні відступає, натомість спостерігаються стрімкі інтеграційні процеси економік різних країн, їх взаємопроникнення, зростання обсягів економічних відносин. Диктаторами умов на світових ринках стають потужні транснаціональні корпорації з величезними фінансовими ресурсами, натомість зменшується роль держави, у зв'язку з чим країни об'єднуються у міжнародні організації з метою впливу на сучасний світовий механізм і відстоювання у такий спосіб своїх інтересів та забезпечення національної економічної безпеки.

Однією з головних тенденцій сучасної світової економіки є туризм, зокрема міжнародний туризм як важливий напрямок міжнародного співробітництва, який базується на почуттях поваги до національної культури та історії кожного народу і основних інтересів кожної держави.

Метою даної статті є визначення ролі міжнародного туризму в сучасних умовах глобалізації світового господарства, оцінка чинників, що призвели до його виникнення, впливу на соціально-економічний розвиток країни, а також виокремлення основних тенденцій розвитку міжнародного туризму у світі та в Україні у найближчому майбутньому.

Туризм загалом і міжнародний туризм зокрема має неоднозначне тлумачення в сучасних глобалізаційних процесах. Він виконує інтегруючу та диференціюючу функції, тобто з одного боку об'єднує країни, робить їх ближчими, веде до створення різноманітних міжнародних організацій, які проводять свою діяльність з метою співпраці в галузі туризму, допомагає країні увійти у світові інтеграційні та економічні процеси, а з іншої сторони навпаки — виокремлює кожну країну, показує її самотність та неповторність. Основним фактором виникнення міжнародного туризму став бурхливий розвиток туристичної індустрії, що пояснюється такими чинниками, як:

- науково-технічний прогрес, зокрема суттєве скорочення часу подолання відстаней, розвиток мережі телекомунікацій, інформатизація суспільства;

- зростання матеріального добробуту населення, задоволення його основних потреб і виникнення нових;

- сприятлива державна політика країн з метою заохочення міжнародних подорожей, зокрема спрощення порядку перетину кордону, подовження часу перебування в іноземній країні тощо;

- розвиток відповідної туристичної інфраструктури, матеріально-технічної бази (турфірми, готелі, мотелі, кемпінги, турбази, підприємства харчування і торгівлі, автотранспортні підприємства, пункти прокату туристичного обладнання та інвентарю, бюро реалізації туристичних путівок, контрольно-порятункові служби, туристичні клуби, станції тощо);

- діяльність інтеграційних об'єднань, які утворились за таких умов і проводять відповідну політику щодо сприяння розвитку міжнародного туризму — Всесвітня

туристична організація (WTO), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародна організація цивільної авіації (ICAO), Міжнародна асоціація в підтримку освіти у сфері готельного бізнесу і туризму (AMFORHT) та інші;

— відповідність пропонованих туристичних послуг міжнародним стандартам, конкурентоспроможність туристичного продукту;

— зростання кількості ділових поїздок, які дозволяють окрім вирішення ділових питань у вільний від роботи час ознайомитись з туристичними принадами країни, розвиток міждержавної співпраці в різноманітних галузях;

— безпека, мир у світі.

Туристична галузь є високорентабельною, оскільки рекреаційно-природні ресурси, на які опирається туризм, є достатньо дешевими. У всьому світі туристична галузь за рівнем прибутковості випереджає автомобілебудування і нафтовий бізнес [7].

Якщо проаналізувати статистичні показники розвитку індустрії туризму в світі, то чітко спостерігається тенденція до його активного зростання. Світова економіка отримує величезні прибутки від цього виду діяльності — 3,5 трлн. дол. оборотного капіталу, понад 3 трлн. дол. доходів на рік. 30% обсягів послуг світової торгівлі і 11 % світових споживчих витрат забезпечує саме туризм. Якщо у 1950 році у світі міжнародні подорожі здійснювали 25 млн. чол., то у 2003 — понад 700 млн., а за прогнозами WTO у 2010 році міжнародні подорожі здійснюватимуть більше 1 млрд. чол. А якщо додати і внутрішні поїздки та екскурсії, то третина населення планети перебуватиме у статусі туриста [3:122].

Туризм являється активним джерелом надходжень іноземної валюти. Наприклад, велика частина доходів від міжнародного туризму в загальній сумі надходжень від експорту товарів і послуг складає в Іспанії — 35 %, Австралії і Греції — по 36 %, Швейцарії — 12 %, Італії — 11 %, Португалії — 21 %, на Кіпрі — 52 %. В більшості країн, що розвиваються, на долю іноземного туризму припадає 10–15 % доходів від експорту товарів і послуг. Проте в деяких країнах цей показник значно вищий, наприклад, в Колумбії він складає 20 %, Ямайці — 30 %, Панамі — 55 %, на Гаїті — 73 % [9]. Як свідчить практика, розвиток туристичної індустрії веде до зростання обсягів валового національного продукту країни. В таких зарубіжних країнах, як Угорщина, Чехія, Австрія, Швейцарія, Італія, Франція, Іспанія, Португалія та інших внесок у валовий національний дохід від туризму складає 15–35 % [9]. Цьому сприяє суттєве зростання податкових надходжень до державних і місцевих бюджетів. Наприклад, Австрію щорічно відвідують 18,2 млн. туристів, причому її населення становить лише 8,6 млн. чол., а надходження до бюджету країни від туристичної галузі становить 12 млрд. дол. на рік [6:15].

Туризм створює нові робочі місця та вирішує проблему еміграції населення — 1 турист в середньому дає роботу 10 особам, а вартість створення 1 робочого місця в галузі туризму в 20 разів менша, ніж у промисловості. Сьогодні кожен 10-ий працюючий у світі — у туристичній галузі, це понад 200 млн. чол. [3:121].

Туристична діяльність є дуже важливою для економічного розвитку країни ще й тому, що вона стимулює розвиток суміжних з нею галузей, яких є близько 50 — транспорт, комунікації, харчування, виробництво продуктів народного споживання та інші, допомагає вирішити проблему нерівномірного економічного розвитку регіонів, сприяє екологічній безпеці, формує позитивний імідж країни у світі тощо.

Протягом останніх років особливого значення набуває такий вид міжнародного туризму, як транзитний, розвиток якого прямо залежить від транзитної привабливості країни, на яку суттєво впливають різні критичні ситуації (наприклад, стан війни, стихійні лиха, страйки, тривалі важкі економічні ситуації тощо). Транзитний туризм є вагомим статтею доходів до бюджетів тих країн, які займають вигідне географічне положення і



проводять сприятливу державну політику для його розвитку. Здебільшого транзитний туризм розвивається в мережі міжнародних транспортних коридорів, в яких формуються так звані «туристичні коридори», куди особливо активно спрямовуються фінансові ресурси для розбудови відповідної туристичної інфраструктури. Тобто країні можна отримувати величезні прибутки, ефективно реалізуючи переваги географічного розміщення — це ще один аргумент на користь того, що туристична індустрія є високорентабельною галуззю, яка дозволяє країні реалізовувати ті переваги, які в інших галузях є не такими важливими.

Міжнародний туризм в світі дуже нерівномірний, що пояснюється в першу чергу різними рівнями соціально-економічного розвитку країн і регіонів. Світова практика свідчить, що найвищого свого розвитку туризм досягає у найбільш економічно-розвинених країнах (70 % світового туристичного ринку і близько 60 % валютних надходжень припадає на західноєвропейські країни [9]), оскільки незважаючи на наявність в країні дешевих природно-рекреаційних ресурсів не забезпечує достатню туристичну привабливість держави і вимагає формування туристичної інфраструктури, щоб забезпечити конкурентоспроможність туристичного продукту. Більш того, наявність в країні природо-рекреаційних ресурсів і туристичної інфраструктури в сучасних умовах теж є недостатніми. Більшість країн «борються» за свого споживача туристичного продукту, здійснюючи фінансування реклами з метою формування позитивного іміджу своєї країни. Наприклад, Великобританія витрачає на туристичну рекламу 80 млн. фунтів, а 1 вкладений у рекламу туризму фунт приносить 27 фунтів доходу, причому 4 фунти повертаються до бюджету у вигляді податкових надходжень [8].

Незважаючи на значний позитивний економічний ефект міжнародного туризму на світову економіку, він може викликати деякі негативні наслідки, наприклад, інфляцію, знищення навколишнього середовища, порушення традицій місцевого населення тощо. Проте, ми вважаємо, що за сприятливої державної політики та політики міжнародних організацій негативний ефект цієї галузі нівелюється у порівнянні з іншими галузями світового господарства.

В Україні не вирішеними і проблемними щодо розвитку міжнародного туризму залишається дуже багато питань, хоча за останні півроку кількість іноземних туристів, які відвідали Україну, зросла на 58 % [7]. Основними чинниками, що сприяли припливу іноземців до нашої держави, є безвізовий режим в'їзду для громадян країн-членів ЄС і США, позитивний резонанс Помаранчевої революції, а також проведення пісенного конкурсу Євробачення. Серед найактуальніших проблем розвитку туристичного сектора є низька поінформованість іноземного туриста про туристичні принади України. Поки не використовуються можливості закордонних представництв України і, зокрема, посольств як рекламних агентів. До того ж, українські туристичні компанії, які працюють, аби залучити в Україну іноземців, не мають привілеїв перед компаніями, котрі займаються подорожами українців за кордон. Поки пріоритетним видом туристичної діяльності в нашій країні залишається внутрішній туризм, на який припадає 66 % туристів, обслугованих ліцензіатами. На виїзний туризм припадає, відповідно, 20 %, на в'їзний — 14 %. На кінець 2005 року Україну відвідали 17,9 млн. іноземних туристів, а до інших держав подорожували 16,2 млн. українських туристів [7]. Тому нашій країні потрібно проводити активну зовнішню політику щодо розвитку міжнародного туризму в Україні, підвищення її туристичної привабливості, щоб отримати ті переваги на світовому ринку, які дає дана галузь. Резервом у цьому є транзитний туризм, оскільки Україна займає вигідне географічне положення і за оцінками експертів має найвищий у Європі коефіцієнт транзитності — з 13 тис. км. автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км. є магістралями, зв'язаними з міжнародними транспортними коридорами [4:22].

Для України на сучасному етапі її становлення на світовому ринку міжнародний туризм може не тільки поліпшити її соціально-економічне становище, але й допомогти швидше увійти до світового інтеграційного співтовариства на правах повноцінного партнера. Сьогодні ведеться велика кількість дискусій щодо розвитку туризму в Україні, але реальних кроків робиться дуже мало. За прогнозами міжнародних організацій виходячи з ситуації, яка існує зараз, в Україні поки немає шансів зайняти належне їй місце на світовому ринку туристичних послуг, незважаючи на її величезний туристично-рекреаційний потенціал. Тим більш важливим є розвиток туристичної галузі в країні, як вирішального чинника зростання соціально-економічного добробуту України, оскільки туристичний обмін є унікальним фактором інтеграції та глобалізації. Туристична галузь найбільш інтегрує у світове господарство національну економіку, оскільки тут здійснюється торгівля і товарами, і послугами. В сучасній світовій економіці в умовах корпоративно-економічного глобалізму, глобального менеджменту, зростання ролі транснаціональних корпорацій, інформатизації суспільства, підвищенні матеріального добробуту населення туризм виступає як справжній суспільний феномен, який розкриває іншу сторону людства — його духовність, бажання пізнання світу, історико-культурної спадщини інших народів і посідає важливе місце у світовому господарстві, оскільки за рахунок своєї високої рентабельності приносить значні прибутки країнам і підвищує соціально-економічний добробут населення. Масовість туризму призвела до виникнення міжнародного туризму, який зближує народи різних континентів. І саме міжнародний туризм покликаний сьогодні сприяти інтеграції нашого «розірваного світу», посиленню тенденцій солідарності, людиноорієнтованої моделі розвитку нашого суспільства. Це найбільш рентабельна галузь, яка приносить найбільші доходи серед інших галузей народного господарства більшості країн світу. Україна, розуміючи свої перспективи і невикористані резерви туристично-рекреаційних ресурсів, щоб не залишитись «периферією» світових туристичних потоків, має всі можливості увійти у світове співтовариство на правах повноцінного партнера саме використовуючи можливості міжнародного туризму.

#### Література

1. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року № 1282-IV.
2. Пашко П. В., Пісний П. Я. Митна політика та митна безпека України // Фінанси України, 2006. — № 1 (122).
3. Поплавська Ж. В., Поплавський В. Г. Фінансово-організаційні аспекти туристичного бізнесу // Фінанси України, 2006. — № 1 (122).
4. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України, 2001. — № 6.
5. Стукало Н. В. Глобалізація та розвиток фінансової системи України // Фінанси України, 2006. — № 5(114).
6. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 20–22 жовтня 2005 р.). — Львів, 2005. — 396 с.
7. <http://www.tourism.gov.ua>.
8. <http://www.uceps.com.ua>.
9. <http://www.wto.org>.

Завальницька Н. Б.

## ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ТУРИЗМУ

*Актуальним на сьогодні питанням в Україні є становлення та розвиток конкурентоспроможного туристичного ринку, діяльність суб'єктів якого в повній мірі відповідала б міжнародним загальноприйнятим нормам та стандартам. Його ефективне, оптимальне вирішення дозволить вітчизняним туристичним підприємствам з їх пропозиціями туристичних продуктів зайняти одне з значимих місць на світовому ринку туризму.*

Потенційно Україна має на це надзвичайно сприятливі умови: унікальні, мальовничі природні та історико-культурні ресурси; фахівців в галузі туризму; велику кількість туристичних підприємств, які функціонують, або лише розпочинають свою діяльність; а основне, — є величезний потенційний споживчий попит, який потрібно розвивати, реалізовувати, звичайно, з допомогою науки і практики. До вирішення цієї проблеми доцільно залучати економістів, технологів, маркетингологів і т. д., які можуть обґрунтувати раціональні розміри, характеристики та особливості пропонованих туристичних продуктів та запропонувати порядок їх позиціонування на міжнародному ринку туризму. Однак, без врахування основних принципів та вимог дипломатичного протоколу та ділового етикету дані пропозиції можуть не сприйнятись потенційними споживачами. Тому формування іміджу українських туристичних підприємств на міжнародному ринку є важливим та незамінним процесом, що дозволить привернути увагу зарубіжних країн та результативно знайти свій цільовий сегмент. Цьому сприяє й реалізація прийнятої Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003–2006 роки. Позитивним аспектом є й надання державних гарантій захисту іноземних інвестицій в Україну, які забезпечуються законами України «Про інвестиційну діяльність», «Про режим іноземного інвестування» та угодами про сприяння і взаємний захист інвестицій, які були укладені Україною з низкою держав.

Зауважимо, що в Україні донедавна туристична індустрія була недостатньо розвинутою, характеризувалась невисокою якістю пропонованих туристичних послуг, неоптимальністю супровідного сервісу, вузьким асортиментом пропонованих послуг, значимою сезонністю, в результаті чого не було можливості в повній мірі позиціонуватися з вітчизняним турпродуктом на міжнародному ринку, зацікавити зарубіжних інвесторів та потенційних споживачів.

Сьогодення українського туризму стало динамічнішим, ефективнішим: створюється законодавча база туристичної галузі, яка, з розвитком ринкових відносин, вдосконалюється; розвивається комплексна система професійної підготовки фахівців з туризму; формується національний ринок туризму; розробляється та впроваджується стратегія організації міжнародного туризму.

Подальший ефективний розвиток туризму в Україні дозволить: покращити добробут населення, особливо сільського через організацію зеленого (сільського) туризму, підвищити рівень їх зайнятості; стимулювати розвиток таких галузей, як будівництво, транспорт, зв'язок, торгівля, сільське та лісове господарство, виробництво споживчих товарів; створити сприятливі умови для розвитку національних народних промислів та обміну культур і звичаїв між країнами; збереженню історико-культурної спадщини та піднесенню духовного потенціалу суспільства. Туризм, особливо міжнародний, сприятиме зростанню обсягів вітчизняних та зарубіжних інвестицій, розширенню міжнародної діяльності України, збільшенню національного доходу держави.

Формування іміджу туристичних підприємств має відбуватись з врахуванням великої кількості етичних та правових критеріїв, економічних чинників підприємництва (рис. 1).



Рис. 1. Етичні та правові критерії,  
економічні чинники формування іміджу туристичних підприємств

Для формування та посилення позитивного іміджу українських туристичних підприємств на міжнародному ринку туристичних послуг з врахуванням правових та економічних чинників, доцільно:

- на рівні державних та місцевих органів влади визначити чіткі пріоритети щодо сприяння розвитку видів туризму та супровідних до них послуг, розробити чіткі шляхи їх фінансування;
- створити сприятливе інвестиційне середовище для стимулювання розвитку зеленого туризму, таймширу та інших нових для України видів туризму, розробки нових туристичних маршрутів;
- на державному та місцевому рівнях сприяти участі туристичних підприємств України у міжнародних туристичних програмах;
- спростити і прискорити оформлення віз, поступово впровадити безвізовий режим для громадян з ЄС, Канади, Австралії, Японії для зростання потоку в'їзного туризму в Україну;
- ввести ефективну політику оподаткування та ціноутворення;
- проводити ефективну політику розвитку масового туризму;
- розширити сферу туристичних послуг та підвищити рівень обслуговування туристів;
- налагодити тісну співпрацю підприємств туристичної сфери з об'єктами інфраструктури на основі спільної діяльності та кооперації;
- оптимізувати інформаційно-маркетингову діяльність щодо просування вітчизняного турпродукту на міжнародному туристичному ринку;

— вдосконалити українську модель підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців з туризму з врахуванням нових вимог, стандартів світового досвіду й особливостей українського менталітету за принципом зв'язку між теорією і практикою.

Існує велика кількість етичних критеріїв цивілізованого підприємництва, в тому числі і в галузі туризму, однак особливе місце належить чесності і добропорядності в ділових стосунках. Ще О. Уайльд говорив, що «спокуса найбільш розкладає мораль і культуру людини» [5]. У вітчизняній підприємницькій діяльності зафіксовано вже немало випадків, коли ділові люди за багатьма етичними критеріями не є цивілізованими бізнесменами. Це шкідливо не лише для самих підприємців, але й наносить величезну шкоду ставленню суспільства до цього підприємництва, формує негативне уявлення у іноземців, які можуть бути потенційними цільовими користувачами пропонованих товарів та послуг на українському туристичному ринку.

Звичайно, не все так погано у нас на сьогодні. І такі ділові якості, як порядність, ділова кмітливість, особлива працьовитість та сумлінність, характерні нашому підприємству і надалі, визнаються представниками інших країн, однак цього є замало для формування повного та належного іміджу на міжнародному ринку. Стосовно даного аспекту, то, на нашу думку, доцільно визначитись з тим, що створити позитивний імідж неможливо без врахування принципів, норм та вимог дипломатичного протоколу, який вважається зразком міжнародного спілкування. В ньому закладені стандарти організації ділових зустрічей, бесід, переговорів, вимоги до ділового листування, організації гостини та ділових подарунків, порядок організації офіційних церемоній і т. д. Порушення принципів та стандартів дипломатичного протоколу є недопустимим, оскільки може завдати шкоди престижу, честі та гідності іншої країни, її керівникам чи офіційним представникам та привести до ускладнення у взаємостосунках. Безумовно, кожна країна може вносити і вносить до них свої доповнення та поправки, які витікають з її соціального устрою, національних та релігійних традицій і звичаїв. Наприклад, непередбачені протоколом надмірна українська гостинність, існуючі ритуали припрошування та традиції релігійних святкувань відомі приїжджаючим в Україну гостям, тому вони намагаються визнавати такі особливості. Однак, якщо господарі вимагають від гостей певного до них пристосування, що не передбачено дипломатичним протоколом, то це може призвести до розриву або погіршення партнерських взаємостосунків. Цей принцип доцільно особливо детально розглянути та врахувати у своїй діяльності саме українським туристичним підприємствам, які одними з перших формують враження у приїжджаючих в Україну туристів та, працюючи на міжнародному ринку, демонструють рівень відповідності підприємницької діяльності етичним критеріям.

Отже, лише за умов належної державної підтримки туризму, обґрунтованого пошуку ділових партнерів на національному та міжнародному ринку в системі маркетингу і логістики, оптимізації інформаційної системи і комплексу маркетингових комунікацій та промоцій, знання норм, принципів та правил дипломатичного протоколу (міжнародного ділового етикету) можна сформувати позитивний імідж туристичних підприємств України на вітчизняному і закордонних ринках та здобути істотні конкурентні переваги на міжнародному ринку туристичних послуг.

Туризм — це обличчя країни на міжнародному ринку. Від стану його розвитку, відповідності міжнародним стандартам залежить успіх та ефективність партнерських стосунків в цій галузі, позитивне сприйняття України світовою спільнотою, ефективність економіки туризму та результативність його впливу на розвиток держави загалом.

**Література**

1. *Даниелс Д. Д., Радеба Х. Х.* Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. — М.: Дело, 1994. — С. 2–3.
2. *Гаврилюк С. П.* Теоретичні аспекти визначення конкурентоспроможності туристичних підприємств // Маркетинг і реклама. — № 54. — 2001. — С. 34–37.
3. *Галушко В. П.* Діловий протокол та ведення переговорів (Навчальний посібник). — 1-е видання. — Вінниця: НОВА КНИГА, 2002 р. — 226 с.
4. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.
5. *Стоян Т. А.* Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: Навчальний посібник. — Київ: Центр навчальної літератури, 2004. — 232 с.
6. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 20–22 жовтня 2005 р.) — Львів, 2005. — 396 с.

Батьковець Г. А.

## ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА В СФЕРІ ТУРИЗМУ

*У статті проаналізовано процес економічного регулювання розвитку туристичної сфери та застосування інвестиційної політики для її розвитку. Описане поліфункціональне використання рекреаційних територій з метою підвищення ефективності формування стратегії розвитку туристичної індустрії.*

Не викликає сумніву той факт, що очікувана соціально-економічна результативність туристичної сфери залежить не тільки від вибраної тактики дій, а й від того, який економічний клімат буде встановлено у взаємовідносинах суб'єктів туристичного господарювання як між собою, так і з державою. Механізм таких відносин зараз знаходиться в стадії становлення. Але очевидним є те, що розвиток туристичної індустрії має опиратись на нові методи господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробників туристичних благ, що в умовах наростаючої конкуренції забезпечить насичення ринку високоякісними послугами і сприятиме соціально-економічному прогресу території.

Податковий режим для суб'єктів господарської та інших видів діяльності визначається законодавством України. За оцінками переважної більшості спеціалістів, існуючі податкові правила є недосконалими. Очевидно, і напевно й правомірним, є те, що на рівні національного законодавства в сьогоднішніх умовах можливі винятки з загальних правил. Отже, найбільш реальним напрямком зменшення податкового тиску на туристичні об'єкти залишається право територіальних органів влади знижувати ставки відрахувань у місцеві бюджети. Це дасть змогу поповнити обігові кошти туристичних об'єктів з подальшим їх спрямуванням на розвиток туристичних послуг. В цьому ж руслі перспективною видається ідея формування за рахунок частки відрахувань у місцеві бюджети спеціалізованих фондів підтримки туристичного бізнесу, кошти яких можна використовувати на реалізацію заходів регіональних програм.

Щодо питань, пов'язаних з визначенням розмірів і порядком стягнення місцевих курортних (туристичних) зборів, які належать до компетенції територіальних органів влади, то їх доцільно розв'язувати диференційовано з врахуванням конкретних умов. Те ж саме відноситься й до оподаткування приватного житлового фонду, що використовується для туристичних цілей. Надмірні податки заглушують приватну ініціативу, від чого, в першу чергу, постраждають місцеві бюджети.

Безумовно, процес економічного регулювання розвитку туристичної сфери є багатограним. Треба зазначити, що на сьогоднішній день він знаходиться в стадії формування, активно йде процес внесення змін в законодавчі акти, що регламентують економічні відносини. Тому і завдання чіткого окреслення схем та правил дії тих чи інших важелів не є таким вже й простим. Але в порядку рекомендації щодо вдосконалення існуючої економічної політики в сфері туризму можна висловити наступні пропозиції.

Перш за все слід, на наш погляд, проінвентаризувати все, що нині ще збереглося і приваблює в Україні, інтегрувати вибране в єдиний турпродукт. Це означає, що в основу загальної концепції доцільно покласти поєднання в різних варіантах і співвідношеннях пізнавальних, розважальних, рекреаційних, лікувально-профілактичних, стаціонарно-оздоровчих та інших можливих функцій. Йдеться про поліфункціональне використання рекреаційних територій. А до туристсько-рекреаційних комплексів України та її адміністративно-територіальних одиниць підходити як до органічної складової частини єдиного соціально-економічного комплексу країни, надаючи їм загальнодержавного і міжнародного значення. Саме в такому разі будуть забезпечені і постійний державний контроль, і, одночасно, підтримка. Відбувається, скажімо, реконструкція будь-якої дороги. Держава

слідкує, щоб у ході ремонтних робіт не забули про інші об'єкти інфраструктури туризму. Паралельно вона знаходить важелі для економічного заохочення людей, які даватимуть життя цим об'єктам.

На даний час туристична галузь не має коштів не те що на нове будівництво, а й на реконструкцію наявної матеріальної бази. Відомо, як «обчищають» туристичні підприємства, як, до речі, і всі інші, податками. Без закордонних і кредитів годі й мріяти про реконструкцію і розширення матеріальної бази.

Саме тому через відповідні владні структури слід давати «зелене світло» інвесторам, спільним підприємствам, засновниками яких — учасники туристичного процесу в Україні.

Потрібно створити з числа державних та комерційних організацій, підприємств, приватних осіб, іноземців мобільні структури, котрі забезпечили б рух, конструктивні кроки до виконання намірів. Це інвестиційні фонди, асоціації, товариства, ті чи інші лідируючі структури, здатні і зацікавлені реалізувати великі проекти. Іншими словами, включити в роботу такі інвестиційні механізми, яким під силу швидко налагодити справу. Це можливо, коли держава дає відповідні гарантії вкладенням, захищає інвестиції.

Вона може підтримувати інвесторів й іншими важелями: пільговими кредитами, гарантіями щодо повернення інвалютних кредитів, пріоритетним забезпеченням ресурсів, які контролюються державою, фінансовими та митними пільгами.

Останні дослідження показують, що якість обслуговування турист оцінює в чотири рази вище, ніж адекватність і поміркованість ціни, і в 1,2 раза вище, ніж якість самого турпродукту. Людина, яка обслуговує клієнта, повинна бути не тільки ввічливою і гостинною, але й корисною для нього. Тобто вона має щось позитивно вирішувати для гостя. І вирішити так, щоб він відчув себе відмітним і статечним. Туристу потрібно забути минуле, заринутись в новий життєвий досвід. Психологічного омолодження — ось чого він потребує. Найкраще «підібрати» його коло власної оселі і по завершенні туру «здати» там же без всіляких проблем. Такий рівень обслуговування можуть забезпечити люди дійсно економічно зацікавлені робити це і сьогодні, і завтра.

Майбутнє туризму ми бачимо в потужних приватних фірмах, не виключаючи, звісно, державних і змішаних утворень. А стосунки держави з турбізнесом мають базуватися на засадах і важелях управління в умовах ринкових взаємовідносин.

Що стосується Карпатського регіону, то потенційних інвесторів доцільно орієнтувати в напрямку розвитку туризму на відпочинок і лікування, оскільки екзотичність краю, наявність чисельних джерел лікувальних вод дозволяє розглядати його як привабливий об'єкт туризму, але при умові створення через і за допомогою фізичних і юридичних осіб необхідної інфраструктури.

Що ж і в якій послідовності робити для розвитку матеріальної бази туризму, маючи на увазі, що віддача потрібна вже сьогодні? На наш погляд, починати доцільніше з відновлення існуючих об'єктів відвідування: паломництва і культових; пам'ятників природи та історико-архітектурних; заповідних ландшафтних зон; реабілітаційно-пізнавально-розважальних комплексів тощо. Паралельно подбати про об'єкти, які забезпечують на належному рівні хоча б мінімум зручностей санітарно-гігієнічного плану.

Важливо підкреслити пріоритетність цього завдання, оскільки існуючі готелі і заклади громадського харчування не завантажені і могли б після належного опорядження забезпечити початок справи. Підуть доходи. За ними інвестиції. За інвестиціями — розвиток. Відтак зростають доходи. На жаль, місцеві органи влади більше пророкують, ніж роблять хоч невеличкі конкретні кроки до реальної справи в цьому напрямку. Забувається також, що віддача в туризмі значною мірою має непрямий характер: доходи ростуть в організаціях і закладах культури, транспорту, на підприємствах побуту, торгівлі і харчування тощо.



Щоб упорядкувати, реконструювати і удосконалити те, що ще збереглося, потрібно направити на це частину коштів від «туристських» податків. На заміну чесно відданим податкам мають прийти чесно зароблені податкові пільги. За інакшого підходу справу буде просто погублено. Сьогодні туристичні організації сплачують десятки видів податків — місцевих і державних. 70–90 відсотків прибутків забирають, а на зарплату, будівництво, придбання нової техніки залишається мізер.

Не завадило б постійно пам'ятати і такий фактор. Перехід до ринкової економіки поки що диктує зростання цін на всі товари, особливо на енергоносії. Через це, зрозуміло, зростає і вартість путівок. Чи зможе надалі «простий смертний», а він, звісно живе сьогодні на грані бідності, дозволити собі таку розкіш, як поїздку за кордон чи на відпочинок в горах? Ні. Отже, враховуючи соціальне значення туризму як чинника оздоровлення населення і економіки, варто б і з цих позицій замислитися над доцільністю всіляких готельних зборів, податку на добавлену вартість тощо. Все це перекривалося б непрямою віддачею від туризму.

Рішеннями відповідних органів державної влади центру і в областях доцільно було б визначити місця, які можна швидко пристосувати до потреб туризму, йдеться про маленькі містечка, хутори і села, розташовані в мальовничій місцевості, особливо в гірських районах, в яких збереглися цікаві пам'ятники природи, історії, архітектури, культові споруди тощо. Цими ж рішеннями встановити пріоритети на реєстрацію та сприяння (кредитами) новим юридичним і фізичним особам, які своєю діяльністю сприяють розвитку в регіоні нетрадиційних видів туризму. І в даному випадку передбачити зберігання завантаження, в першу чергу, існуючої бази.

Завантаживши наявні потужності, далі можна приступити до реконструкції діючих і будівництва нових готельних комплексів універсального призначення.

Нині необхідно створити мережу готелів і туристських баз цільового призначення. Це — готелі для індивідуальних туристів та мисливські і риболовні бази; літні і зимові спортивні бази; готелі для туристів, що приїжджають з метою лікування (курортні готелі); форми для любителів сільськогосподарської праці; транзитні мотелі та дорожні ресторани тощо.

Оскільки туризм — надзвичайно залежний від інших видів бізнесу, постає питання про створення на вже існуючій базі багатогалузевих корпоративних систем з питань рекреації і туризму, комерції і торгівлі, транспорту, безпеки, страхової та банківської справи, котрі забезпечували б прийом і комплексне обслуговування гостей та були організаційно-економічним фундаментом розв'язання всіх перерахованих проблем. Без цього туристична діяльність страждатиме хуторянщиною, ремісництвом.

Як вже зазначалось, стратегічною метою розвитку туристичної індустрії в Карпатському регіоні, як і в Україні, є вихід на світовий ринок туристичних послуг. Основними передумовами для цього виступають: географічне положення, наявний туристичний, потенціал, політична стабільність, економічна ситуація, конкурентноздатність туристичних послуг. Якщо перших три умови в державі забезпечені, то дві останніх і гальмують входження вітчизняного туризму в міжнародний туристичний простір. Ясна річ, що з них визначальним є чинник економічної стабілізації і поступового піднесення.

На жаль, порівнюючи світовий досвід в організації туризму з сьогодишнім станом його розвитку в Україні, треба констатувати, що між ними існує відчутний розрив.

На початку 80-х років туризм став третьою по значенню статтею світового експорту, поступаючись лише вивозу нафти і зброї. На сьогодні цей сектор світової економіки має один з найвищих темпів росту серед торгівлі товарами та послугами. За останні 20 років темпи росту міжнародного туризму у світі по кількості прибутків становили в середньому 5,1 %, а по обсягу валютних надходжень — 14 % щорічно.

На фоні таких переконливих фактів, рівень українського туризму виглядає надзвичайно скромно. Великою проблемою для нас залишається рівень готельного сервісу і, відповідно, якість обслуговування.

Вихід на міжнародний туристичний ринок гальмує і ще одна проблема — рівень цін на туристичні послуги. Парадоксально, але факт — при значно нижчому рівні сервісу ціни на готелі в нас дуже високі. Наприклад, вартість двомісного номеру в чотиризірковому готелі «Київський» — 182 дол. США, «Маріот-Мюнхен» (Німеччина) — біля 170 дол. США, «Шератон» (Австрія) — 140 дол. США, в готелях США — в середньому 78–90 дол. США.

Поряд з вирішенням вищезазначених проблем, в числі важливих напрямків прискорення інтеграції регіональної туристичної системи в світовий туристичний процес слід назвати стимулювання створення спільних підприємств. Одним з варіантів участі української сторони є вартість відводу земельних ділянок під забудову і природних ресурсів, які будуть використовуватись в процесі експлуатації об'єкту. Внесок зарубіжної сторони — інвестування проектів. Пропорційно внескам і ділиться прибуток. Можливі й інші умови взаємовідносин між партнерами.

Враховуючи вигідне географічне положення Карпатського регіону, ефективною формою залучення іноземних інвестицій в туристичну індустрію можуть стати локальні вільні економічні зони туристичного профілю. Для обмежених територій встановлюються пільгові економіко-правові, фінансово-кредитні, митні та інші умови господарювання. Це б дало значний поштовх в інфраструктурному облаштуванні територій, забезпечило приплив вільної конвертованої валюти у місцеві бюджети, збагатило управлінський досвід і, в кінцевому підсумку, прискорило вихід на міжнародний ринок туристичних послуг.

Такі зони мають створюватись на територіях, туристичні ресурси яких користуються попитом на світовому ринку.

Але скільки б ми не говорили про конкретні напрямки, перспективи виходу регіонального туризму на світовий туристичний ринок визначатимуться двома основними чинниками: забезпеченням комплексного підходу до розвитку території та ефективністю державної регіональної політики.

Питанням ефективності розвитку туризму взагалі, і в Карпатах зокрема, присвячено багато публікацій, в яких викладено як методологічні аспекти її визначення, такі результати експериментальних досліджень та обстежень. Крім того, при розгляді цього питання варто послуговуватись різноманітною міжнародною інформацією, яка в більшості випадків служить доброю порівняльною базою або в якості перспективних орієнтирів. На жаль, відсутність єдиної і всеохоплюючої системи статистичної звітності в сфері туризму ускладнює можливості проведення навіть елементарних розрахунків ефективності його розвитку. Більш глибоке вивчення цього питання вимагає здійснення спеціальних обстежень, часом і довготривалих. Тому далеко не завжди наведену аргументацію доцільності та необхідності тих чи інших дій можна проілюструвати конкретними цифрами їх очікуваної ефективності і не дивно, що часом подібні аргументи носять агітаційний відтінок.

Про економічну ефективність розвитку туризму в світі вже говорилося вище. Відзначимо лише, що на фоні світових показників наші результати є більш ніж скромними.

Туризм виступає альтернативою промисловості, багато підприємств якої є еколого-небезпечними. До того ж, деякі з них працюють на місцевій сировині, запаси якої вичерпуються. Крім того, окремі підприємства змушені скорочувати обсяги виробництва через відсутність ринків збуту продукції. Отже, заповнюючи пусту нішу на регіональному ринку, туризм служить запорукою збереження унікальної природи краю.

Є в цій справі, здається, деякі тонкощі, які ми, як правило, майже не помічаємо. Наприклад, в Канаду щороку, і влітку, і взимку, приїздить багато гостей з Японії, Китаю,

Франції і т. д. Вони їдять овочі і фрукти з Азії і Африки, купують китайські вироби, п'ють французькі вина, послуговуються японською електронікою тощо. Але все це сприймається як атрибути життя країни гостювання, котрій вони платять за обслуговування та за споглядання немалі гроші. Так і в інших країнах.

В Карпатському регіоні теж є що споглядати, є де оздоровлюватись. Завдяки густій населеності та наявності вільної робочої сили і обслуговувати є кому.

Тож поміркуємо: чи не варто поступово, в міру зростання кількості робочих місць у сфері інфраструктури рекреації і туризму та зайнятості населення, згортати екологічно шкідливі виробництва, замінюючи їх продукцію дешевим імпортом з зарубіжних спеціалізованих підприємств, які, до речі, майже завжди оснащені екологічно чистими технологіями. У світі виробляється все необхідне для того, щоб продати гостям за цінами і надбавками до них, які сповна враховують приналежність й користь перебування в регіоні. А виручені кошти спрямовувати на оздоровлення довкілля.

Варто зазначити роль міжнародного туризму в забезпеченні соціально-економічного прогресу регіону, який є важливим елементом загальної стратегії розвитку держави.

Туризм — це екологія. Він спонукає і підживлює зусилля по охороні природи. Він відкриває друге дихання там, де починається оздоровлення навколишнього середовища. Туризм — це економіка. Він є справжнім джерелом, яке матеріально і духовно стимулює розвиток народного господарства. Туризм — це освіта. Він розширює світогляд, збагачує людський розум досвідом, а серце наповнює глибоким почуттям любові і приналежності до рідного краю. Здається, цього достатньо, щоб кожний сприяв здійсненню заходів для розширення ринків туризму та усунення штучних обмежень його розвитку.

#### **Література**

1. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности: Учебное пособие. — М. Издательство «Ось-89», 1999. — 192 с.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.
3. Менеджмент туризма. Туризм как вид деятельности. — Москва: Финансы и статистика, 2001. — 228 с.
4. Туризм в Україні — 2000. — К.: Держ. комітет молодіжної політики, спорту і туризму, 2000. — 44 с.

Гринькевич О. С., Юнко М. М., Мацелюх А. В.,

## МОНІТОРИНГ ПРОФЕСІЙНИХ ЗНАЬ ТА НАВИКІВ МЕНЕДЖЕРІВ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

У статті зроблено аналіз проведеного анкетного опитування роботодавців у сфері туристичного та готельного бізнесу з метою вивчення наявної та перспективної потреби роботодавців у кадрах, які можуть забезпечити ефективний розвиток цього сегмента туристичного ринку.

У процесі формування ринкових умов господарювання за рахунок слабких зв'язків між розвитком ринку освітніх послуг та бізнес-середовищем щороку на ринку праці з'являється значна частина фактичних та потенційних безробітних серед випускників вищих та професійних навчальних закладів. Це й зрозуміло, оскільки ринок праці — складна та багато в чому похідного характеру система відносин, яка функціонує під впливом двох інших складних формувань, а саме — бізнес-середовища та ринку освітніх послуг (див. рис. 1).

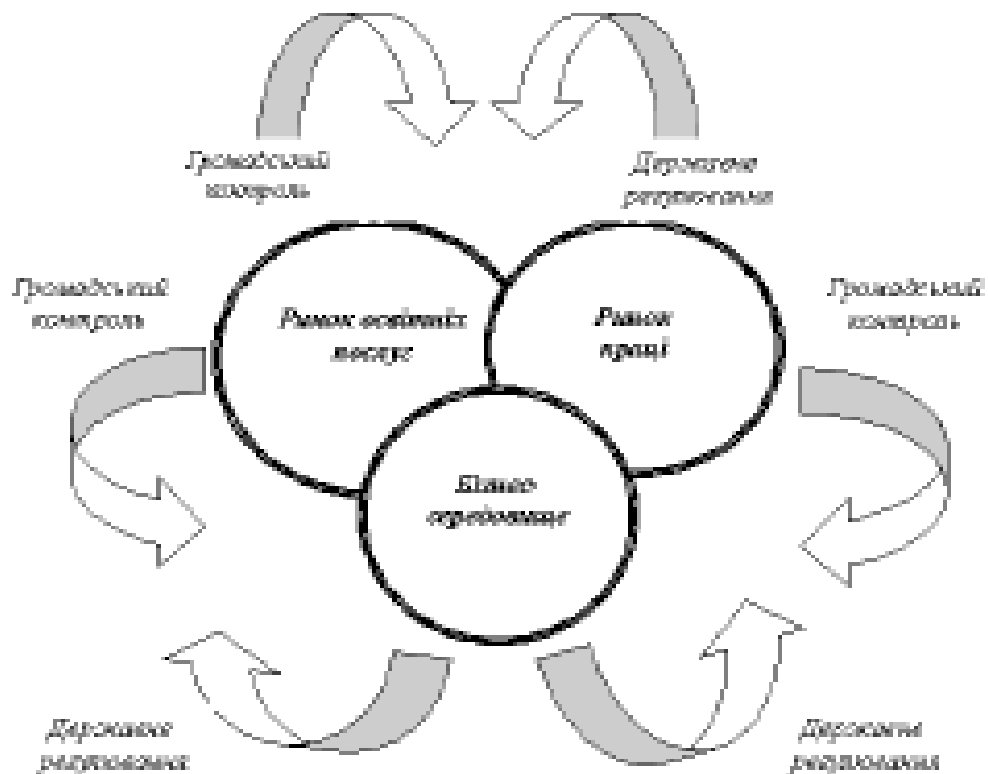


Рис. 1. Схема взаємодії функціональних підсистем у системі підготовки кадрів

В результаті недосконалості, а у багатьох випадках відсутності зворотних зв'язків між наведеними на рис. 1 функціональними підсистемами у системі підготовки кадрів відбувається «ланцюгова реакція» соціального характеру — падіння довіри до вирішального значення освіти як фактору економічного та соціального зростання.

Крім фактору невідповідності структури підготовки кадрів вищими та професійними навчальними закладами існуючій на момент випуску структурі попиту на молодих випускників на ринку праці, суттєвий негативний вплив на вирішення проблеми ефективної зайнятості молоді мають недоліки у змісті професійної підготовки фахівців у ВНЗ.

Переважає більшість опитаних представників бізнес-середовища недоліки у професійному рівні свого персоналу, зокрема управлінських кадрів, пов'язують з недостатнім рівнем практичної підготовки у вищих та професійних навчальних закладах. Намагаючись вирішувати цю проблему у підготовці фахівців з менеджменту, адміністрація та зацікавлені викладачі ВНЗ розпочали активнішу роботу з налагодження тісніших контактів з підприємствами, установами та організаціями, які на ринку праці виступають потенційними роботодавцями для випускників ВНЗ певного освітньо-професійного напрямку.

Одним із реальних кроків в означеному вище напрямку є створення при профільних підприємствах, академічних та галузевих наукових установах філій кафедр вищих навчальних закладів. Так, наприклад, у грудні 2005 р. укладено угоду про створення філії кафедри економіки та маркетингу Львівського інституту економіки та туризму при Львівській асоціації розвитку туризму. Першочерговими заходами, які ініціювала кафедра у співпраці з Асоціацією є:

- проведення анкетного опитування роботодавців у сфері туристичного та готельного комплексу (вибірка включатиме насамперед туристичні фірми — члени Львівської асоціації розвитку туризму) з метою:

- кількісної оцінки основних прогностичних тенденцій в обсягах і структурі (за спеціальностями та освітньо-кваліфікаційними рівнями) попиту на кадри у сфері туристичного бізнесу Львівщини;

- з'ясування недоліків в існуючому кадровому забезпеченні туристичного бізнесу, у тому числі в частині молодих людей — «вчорашніх» випускників ВНЗ;

- визначення базового модуля основних знань, навичок та вмінь, якими з погляду роботодавців має володіти випускник ЛПЕТ для того, щоб почуватися конкурентоспроможними на відповідному ринку праці;

- врахування результатів дослідження освітніх потреб туристичного бізнес-середовища у структурі та змісті навчально-методичного забезпечення підготовки фахівців з туризму, актуалізації відповідних освітньо-професійної програми та освітньо-кваліфікаційної характеристики спеціаліста у галузі готельного та туристичного бізнесу;

- розробка туристичними фірмами — членами Асоціації за участю викладачів кафедри ЛПЕТ спеціальних турів для молоді (зокрема студентів ЛПЕТ) для розвитку активного та організованого відпочинку студентів та набуття ними професійних навичок організації турів та активної в них участі.

Для реалізації першого з наведених вище заходів авторами статті при підтримці Львівської асоціації розвитку туризму розроблено та апробовано інструментарій моніторингу професійних знань та навиків менеджерів готельно-туристичного бізнесу.

Метою моніторингу стало вивчення існуючої та перспективної потреби роботодавців у кадрах, здатних забезпечити стабільний і ефективний розвиток готельно-туристичного бізнесу у західному регіоні України.

Програма моніторингу передбачає реалізацію таких основних завдань:

- знайомство з респондентами;

- оцінка прогностичних очікувань респондентів щодо розвитку туристичного бізнесу та його кадрового забезпечення;

- діагностика поточних освітніх та кадрових проблем на ринку туристичних послуг;

- діагностика необхідних професійних знань та навиків фахівців з туризму;

- готовність турбізнесу до співпраці з ВНЗ.

В результаті проведеного у лютому–березні 2006 р. анкетування респондентів, які представляли готельно-туристичний комплекс Львівщини отримано наступні результати:

1. Середній вік туристичної фірми — 9–10 років, а досвід роботи працівників — 7 років. Серед респондентів з досвідом роботи на ринку туристичних послуг м. Львова

більше 10 років виступили туристичні фірми Пассат, Мандри, Леотур, КийАвіа, Ельпіда, Арс, Полісервіс-тур, Пілот, Ферос.

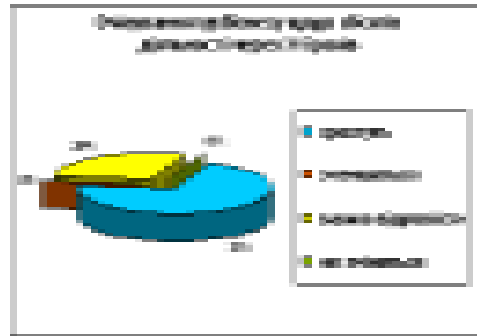


Рис. 1.

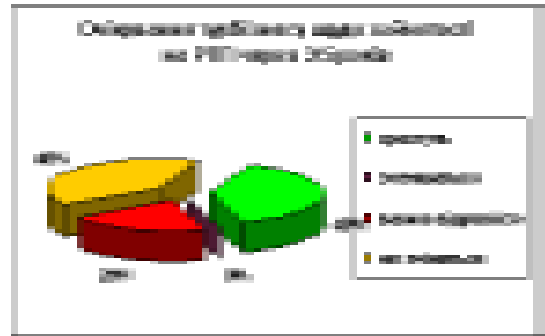


Рис. 2.

2. Переважна більшість респондентів — 71 % (див. рис. 2) сподіваються на зростання попиту на свої послуги у найближчі 3–5 років. Разом з тим набагато менше з них — всього 40 % (рис. 3) — пов'язують з цим зростанням відповідний ріст зайнятості на ринку туристичних послуг. Отже, це може свідчити про майбутнє зростання конкуренції на ринку праці серед випускників, орієнтованих на роботу у туристичному бізнесі.

3. На жаль, доводиться відзначати низьку інформаційну культуру та рівень спілкування, а також проблеми у менеджерів з персоналу цілого ряду туристичних фірм щодо компетентних відповідей на питання «Якими професійними знаннями і навиками повинен володіти конкурентоспроможний менеджер у сфері туристичного бізнесу?» Водночас ті

Таблиця 1.

**Професійні знання, якими повинен володіти кваліфікований працівник туристичної фірми:**

|  |  |
|--|--|
| <b>Екскурсійний менеджмент</b>                     | Знання про туристичні можливості свого регіону.<br>Знання екскурсійних програм свого регіону.<br>Знання країн та регіонів, на яких працює турфірма.<br>Володіння іноземними мовами.<br>Знання ПК.  |
| <b>Менеджер туристичної групи</b>                  | Досконале знання туристичних продуктів, які він продає як послугу для клієнта.<br>Знання географії та історії країн світу, з якими працює турфірма і менеджер зокрема.<br>Знання психології, етики ділового спілкування.<br>Знання мов (англійська, французька, німецька).<br>Знання ПК. |
| <b>Маркетинг. Рекламно-інформаційна діяльність</b> | Знання ринку турпослуг, постійне його вивчення.<br>Знання ПК (досконале), програм Corel, інших програм.  |
| <b>Гід-перекладач<br/>Екскурсовод*</b>             | Вільне володіння іноземними мовами.<br>Відмінне знання туристичного маршруту, на якому працює і бажано поза екскурсійний ширший матеріал.<br>Знання ПК.  |
| <b>Облік. Аудит.</b>                               | Знання особливостей обліку на туристичному підприємстві.<br>Законодавча база туристичної діяльності.   |

*Примітка.* Бажані особистісні риси екскурсовода: комунікабельність, відповідальність, почуття гумору.

ж респонденти відзначають недостатній рівень професійної, зокрема практичної підготовки молодих випускників ВНЗ. Напрошується висновок про те, що у переважній більшості туристичних фірм м. Львова ще не сформована власна модель професійного менеджера туристичного бізнесу.

Таблиця 2

**Професійні навички, якими повинен володіти кваліфікований працівник туристичної фірми**

|  |  |
|--|--|
| <b>Екскурсійний менеджмент</b>                     | Вміння розробити і організувати туристичний маршрут на основі вивчення туристичних можливостей свого регіону.<br>Вміння організувати себе і колектив на досягнення поставлених цілей.<br>Вміння знайти підхід до людей.  |
| <b>Менеджер туристичної групи</b>                  | Вміння працювати з людьми, в команді<br><i>Особистісні риси:</i> комунікабельність, уважність, відповідальність.   |
| <b>Маркетинг. Рекламно-інформаційна діяльність</b> | Вміння реалізувати можливості реклами у туристичному бізнесі.<br>Вміння розробити рекламні макети послуги, регіону, турфірми.<br>Навички розробки web-сайту, роботи з банерами.  |
| <b>Менеджмент персоналу</b>                        | Вміти науково прогнозувати стратегію розвитку фірми.<br>Вміння розбиратися в людях.<br>Вміння визначати кваліфікаційні навички<br>Вміння спілкуватися з людьми.<br>Вміння працювати в команді.<br>Вміння працювати у стресових ситуаціях<br><i>Особистісні риси:</i> цілеспрямованість, організаційні здібності. |
| <b>Фінансовий менеджмент. Облік і аудит</b>        | Вміти читати баланс підприємства.<br>Вміння скласти калькуляцію туру, екскурсії і т. п.<br>Вміти розрахувати вартість турів.   |
| <b>Екскурсовод</b>                                 | Вміння подати інформацію з врахуванням особливостей групи.   |

4. Результати обробки 30 анкет з відповідями респондентів на питання «Якими професійними знаннями та навиками повинен володіти працівник туристичної фірми?» дозволили отримати систематизовані дані, які представлені у таблицях 1 та 2.

5. Автори статті переконані, що побудова ефективної моделі професійних знань та навичок менеджерів у сфері туристичного бізнесу неможлива без більш активної участі у розробці такої моделі представників відповідного бізнес-середовища. Зважаючи на це, напрямком подальшої науково-практичної роботи визначено спільну розробку моделей стандарту посади менеджера (див. табл. 3) [ 2 ] у різних сферах готельно-туристичного бізнесу та його інфраструктури (турфірми, готелі, мотелі, ресторани, кафе, клуби тощо).

Очевидно, що 3-я графа таблиці 3 має заповнюватися на самому підприємстві за безпосередньої участі його управлінських кадрів. Передувати розробці такої моделі повинен детальний опис виробничих функцій кожної посади менеджера конкретної туристичної фірми (послідовність опису наведена у джерелі [2]), який враховує специфіку сектора ринку, клієнтів, розміри, тривалість діяльності турфірми. Такий опис може бути здійснений, наприклад, у рамках проходження виробничої та переддипломної практик студентів зацікавлених ВНЗ на об'єктах туристичного бізнесу, що дозволить реально зблизити ВНЗ та бізнес-середовище в удосконаленні професійної підготовки менеджерів.

Таблиця 3

## Модель стандарту посади менеджера

| Основні якості                   | Головні характеристики  | Зміст характеристик |
|----------------------------------|---|---------------------|
| 1                                | 2   | 3                   |
| 1. Професійні знання             | 1.1. Професійні знання  |                     |
|                                  | 1.2. Знання нормативно-правової бази                                  |                     |
|                                  | 1.3. Рівень професійного досвіду                                      |                     |
| 2. Ділові якості                 | 2.1. Цілеспрямованість  |                     |
|                                  | 2.2. Вміння цінувати час  |                     |
|                                  | 2.3. Вміння організувати себе і підлеглих                             |                     |
| 3. Особисті якості               | 3.1. Об'єктивність  |                     |
|                                  | 3.2. Інтелігентність  |                     |
|                                  | 3.3. Наявність якостей лідера   |                     |
|                                  | 3.4. Стресостійкість  |                     |
| 4. Соціально-психологічні якості | 4.1. Комунікабельність  |                     |
|                                  | 4.2. Вміння працювати в команді                                       |                     |
|                                  | 4.3. Готовність підпорядковувати особисті інтереси інтересам компанії |                     |

## Література

1. *Гринькевич О. С., Лелик Л. І.* Система досліджень та моніторинг кадрових потреб бізнес-середовища у контексті розвитку територіальних суспільних систем /Соціально-економічні дослідження у перехідний період. Регіональні суспільні системи (Збірник наукових праць). Випуск 3 (XLVII) /НАН України. Інститут регіональних досліджень. Частина 2. — Львів, 2004. — С. 148–155.
2. *Коростельов В. А.* Стандарты должностей менеджеров как интегратор образования и бизнеса // Матеріали Всеукр. наук. конф. «Проблеми підготовки професійних кадрів з менеджменту в умовах реформування вищої освіти України». Київ–Львів, 5–7 лютого 2006 р. — Електронний документ збірника доповідей.



Міколяш Ф. Т.

## ДЕЯКІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ БЕЗЗБИТКОВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

*Розглядаються можливості застосування результатів операційного аналізу та аналізу беззбитковості для вироблення обґрунтованої комерційної стратегії туристичних фірм. В основу аналізу покладено побудову кривої беззбитковості та співвідношення її з кривими еластичності попиту, визначення сили впливу операційного важеля на темпи росту прибутку.*

У центрі уваги організаторів сільського туризму знаходиться забезпечення беззбитковості діяльності цієї галузі, оскільки саме прибуток виступає тут головним джерелом збагачення, розширення та вдосконалення.

Популярною методикою, яка широко використовується для дослідження співвідношення між обсягом наданих туристичних послуг та прибутковістю є аналіз беззбитковості. Він передбачає системне дослідження таких показників, як витрати, обсяг наданих послуг та прибуток, що дає можливість моделювати співвідношення цих показників з вибором оптимальної моделі.

Теоретичні, методичні та практичні аспекти проведення аналізу беззбитковості розглядаються в працях ряду вітчизняних економістів, зокрема, Забродського В. С. [1], Іванієнка В. В. [2], Іванова Н. Ю. [3], Ковальова А. І. і Привалова В. П. [4], Бутинця Ф. Ф., Шигун М. М. [5], Поповича П. Я. [6] і Чумаченка М. Г. [7]. Вони пропонують застосовувати аналіз беззбитковості підприємницької діяльності для обґрунтування прийняття управлінських рішень не після отримання збитку від непередбаченого заходу, а перед його впровадженням. В управлінських моделях, що ґрунтуються на виявленні взаємозв'язку витрат, обсягу виробництва (послуг) і прибутку особлива увага приділяється аналізу випуску продукції (надання послуг), що дозволяє визначити критичну точку — рівень продажу, в якому витрати дорівнюють виручці від реалізації.

Одним із досить потужних і ефективних інструментів узагальнення і оцінки динаміки прибутковості бізнесу і реалізації товарів (послуг) в умовах зміни ринкового середовища є крива беззбитковості продажу. В спрощеному вигляді вона являє собою гіперболу, яка відділяє вигідні цінові рішення від невигідних. Вигідні цінові рішення — це рішення, які проявляються в обсягах продажу, розмішених справа від кривої на координатному полі. Невигідні цінові рішення проявляються в обсягах продажу, що знаходяться зліва від кривої на координатному полі. Перераховуються сценарії, як управляти тим, що проходить в результаті зміни ціни.

Крива беззбитковості продажу пропонує ті рівні обсягів реалізації, зв'язані з відповідними рівнями цін, коли підприємство отримує той самий розмір прибутку після зміни ціни, який воно отримувало до її зміни. Якщо обсяг реалізації після зміни ціни більший ніж обсяг беззбиткової реалізації (справа від кривої), то зміна ціни дасть зростання рентабельності і навпаки. Тобто, економічна беззбитковість реалізації — це відсутність втрат прибутку порівняно з базовим рівнем прибутковості при різних економічних рішеннях по формуванню ціни і обсягу реалізації.

В таблиці 1 подані числові значення для побудови кривої беззбитковості туристичних послуг, які носять умовний характер.

На рисунку 1 показано графік економічної беззбитковості рішень по зміні ціни і обсягу послуг, де вісь ординат показує різні рівні цін на один день послуг, а вісь абсцис - обсяг послуг, що відповідає кожному рівню ціни. Кожна точка на кривій показує обсяг послуг, який необхідний для досягнення того ж прибутку після зміни ціни, який був при базовій (стартовій) ціні.

Крива беззбитковості продажу також ілюструє зв'язок між беззбитковим підходом до ціноутворення і економічною концепцією про цінову еластичність. Якщо незначні зміни ціни приводять до значних змін обсягів реалізації, товари чи послуги за попитом еластичні. Крива беззбитковості продажу графічно подібна на традиційну плавно спадаючу криву попиту, на якій різні рівні цін по осі ординат співставляються з різною кількістю потрібних послуг на ринку по осі абсцис.

Таблиця 1

## Вихідні дані для побудови кривої беззбитковості туристичних послуг

| Ціна туристодня, грн | Зміна ціни порівняно з базовим рівнем, % | Обсяг беззбитковості туристичних послуг, туристо-дні | Зміна беззбитковості продаж |             | Додаткові постійні затрати, пов'язані із збільшенням обсягу послуг, грн. |
|----------------------|--|--|-----------------------------|-------------|--|
|                      |  |  | %                           | туристо-дні |  |
| 62,5                 | +25,0                                    | 257  | -35,7                       | -143        | 0  |
| 60,0                 | +20,0                                    | 277  | -30,8                       | -123        | 0  |
| 57,5                 | +15,0                                    | 300  | -25,0                       | -100        | 0  |
| 55,0                 | +10,0                                    | 327  | -18,2                       | -73         | 0  |
| 52,5                 | +5,0                                     | 360  | -10,0                       | -40         | 0  |
| 50,0 (базова)        | 0  | 400  | 0                           | 0           | 0  |
| 47,5                 | -5,0                                     | 470  | +17,5                       | +70         | +800   |
| 45,0                 | -10,0                                    | 560  | +40,0                       | +160        | +1600  |
| 42,5                 | -15,0                                    | 680  | +70,0                       | +280        | +2400  |
| 40,0                 | -20,0                                    | 880  | +120,0                      | +480        | +4000  |

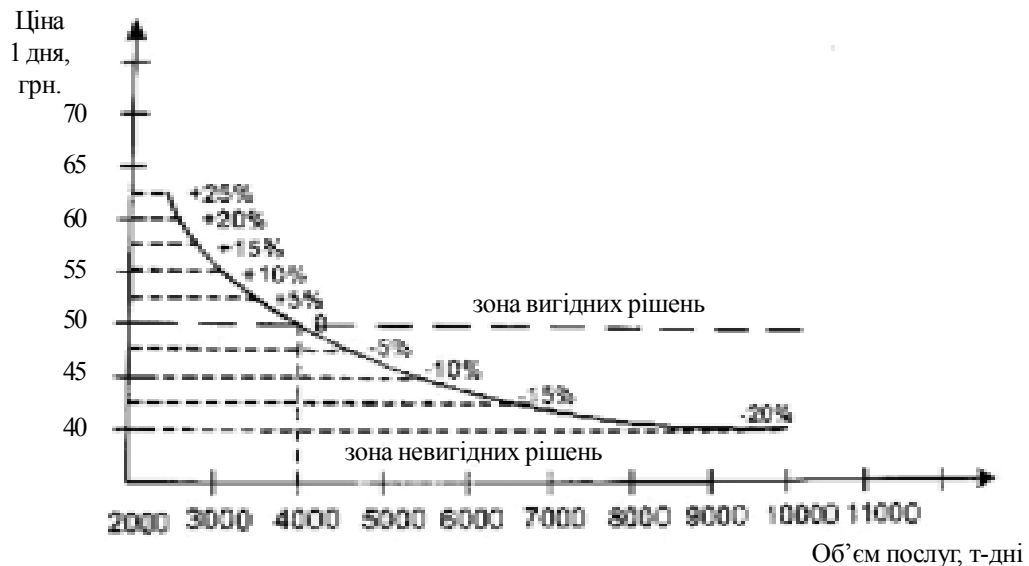


Рис. 1. Крива беззбитковості продажу, яка відображає залежність між ціною і обсягом продажу необхідним для постійної доходності

На традиційній кривій попиту її кут нахилу визначає еластичність попиту або міру чутливості ціни, виражену як відсоток кількості зміни попиту на послуги при зміні на 1 % ціни. Це дає змогу розрахувати ціну, що максимізує прибуток шляхом встановлення мінімальної еластичності попиту, потрібної для впровадження певного стратегічного цінового рішення. Крива беззбитковості продажу показує набір максимумів еластичності необхідних для перетворення зниження ціни у вигідне рішення, або мінімальну еластичність, яка дозволяє робити вигідним також підвищення ціни. Взаємозв'язок між кривою беззбитковості та умовними кривими попиту показаний на рисунку 2.

Якщо послуга еластична за попитом, то зниження ціни нижче базового рівня доходності веде до зростання прибутків, а підвищення — до збитків. Якщо ж попит мало еластичний, то підвищення ціни по відношенню до базового її значення веде до зростання прибутків, а зниження — до збитків.

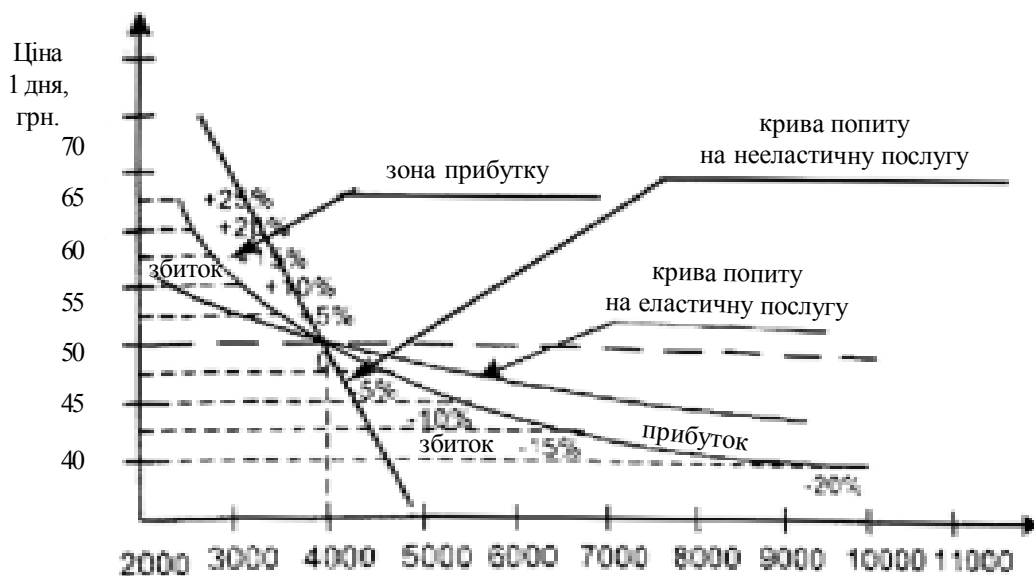


Рис. 2. Співвідношення кривої беззбитковості продажу з ціною еластичності попиту і доходністю у випадках еластичних і нееластичних послуг

З врахуванням цього і повинна формуватись господарська і комерційна стратегія туристичних фірм та організаторів сільського туризму. Добитися збільшення розміру прибутку від реалізації послуг з нееластичним попитом можна тільки за рахунок зниження її собівартості або підвищення ціни (останнє суттєво не вплине на обсяги її споживання). В той же час збільшити прибуток від реалізації послуг з еластичним попитом можна як за рахунок зниження собівартості, так і за рахунок стимулювання попиту на них, а отже і обсягів реалізації за більш низькою ціною.

Зміна ціни може або підвищити, або зменшити прибуток фірми, в залежності від впливу на обсяг продажу. Простим шляхом до розуміння того, в якому місці зміни в обсягах продажу стають достатніми для вигідного зниження ціни, або невигідними для її підвищення є формула беззбитковості продажу, яка в загальному вигляді має вигляд:

$$\frac{DQ}{Q} = \frac{(-DP)}{\frac{1}{P} - \frac{1}{P_0} + \frac{DP_0}{P_0^2}} \quad [1]$$

де  $Q$  — початковий обсяг продажу;

$P$  — початкова ціна продажу;

$DQ$  — зміна обсягу продажу;

$DP$  — зміна ціни продажу;

$P$  — змінні затрати на одиницю послуг.

Отримана залежність дозволяє провести точну кількісну оцінку оптимальності рішення по зміні ціни за короткий час. Оцінка беззбитковості ґрунтується на принципах операційного аналізу, який є самим ефективним методом обґрунтування управлінських рішень із застосуванням операційного важеля. Дія останнього проявляється в тому, що будь-яка зміна виручки від реалізації завжди зумовлює більшу значну зміну прибутку. Приймаючи управлінське рішення по максимізації темпів росту прибутку, можна маніпулювати збільшенням як змінних, так і постійних затрат. В практичних розрахунках для визначення сили впливу операційного важеля застосовується відношення так званої «валової маржі» (результат від реалізації після відшкодування змінних затрат) до прибутку. Цей показник в економічній літературі визначається як сума покриття. Бажано, щоб валової маржі хватило не тільки на покриття постійних витрат, але й на формування прибутку:

$$\text{Сила впливу операційного важеля} = \frac{\text{Валова маржа}}{\text{Прибуток}} \quad [2].$$

Сила впливу операційного важеля завжди розраховується для конкретного обсягу продажу і для заданої виручки від реалізації. Змінюється виручка від реалізації — змінюється і сила впливу операційного важеля.

Сила впливу операційного важеля в значній мірі залежить від середньо галузевого рівня фондоемкості: чим більша вартість основних засобів, тим більші постійні затрати. Ефект операційного важеля піддається контролю саме на основі врахування залежності сили впливу важеля від величини постійних затрат: чим більші постійні затрати і чим менший прибуток, тим сильніший вплив операційного важеля і навпаки. Чим вища доля постійних затрат у валовій маржі, тим сильніший операційний важіль. Коли виручка від реалізації знижується, сила впливу операційного важеля зростає. Кожний відсоток зниження виручки дає все більший відсоток зниження прибутку. При зростанні ж виручки від реалізації, якщо точка самоокупності вже пройдена, сила впливу операційного важеля зменшується, оскільки доля постійних затрат в загальній сумі затрат знижується. Однак при зростанні постійних затрат, зумовлених подальшим нарощуванням обсягу послуг і підвищенням їх якості, проходить зростання порогу рентабельності, який кількісно перевищуватиме досягнутий рівень.

В результаті на невеликій віддалі від порогу рентабельності сила впливу операційного важеля буде максимальною, а пізніше знову почне зменшуватися, аж до нового зростання постійних затрат та подолання нового порогу рентабельності. Все це вкрай важливо враховувати при розробці комерційної політики туристичних фірм. При песимістичних прогнозах динаміки виручки від реалізації не можна збільшувати постійні затрати, оскільки втрата прибутку від кожного відсотку втрати виручки при цьому істотно (в кілька разів) зросте через надто сильний ефект операційного важеля. Разом з тим, якщо є впевненість в довготерміновій перспективі підвищення попиту на послуги, можна відмовитись від жорсткої економії на постійних затратах, так як підприємство з більшою їх питомою вагою буде отримувати і більший приріст від нарощування обсягів реалізації.

Однак при цьому слід пам'ятати, що при зменшенні обсягів наданих послуг на фірмі постійні затрати зменшуються доволі важко.

З врахуванням сказаного, питома вага постійних витрат туристичних фірм буде визначатися еластичністю попиту на їх послуги. В зв'язку з цим, краще мати меншу кількість власних основних засобів, а окремі послуги виконувати на договірних умовах з іншими підприємствами туристичного бізнесу.

В сфері сільського туризму, попит на який в перспективі буде істотно зростати, підвищення долі постійних витрат через збільшення задіяних основних засобів є оправданим. Але при цьому не слід забувати, що саме вплив операційного важеля одночасно підвищує рівень підприємницького ризику, який вимагає свого обґрунтування.

#### Література

1. *Забродський В. С.* Аналіз беззбитковості виробництва // Бізнес-інформ. — 1998. — № 8.
2. *Иваниенко В. В.* Модели и методы принятия решений в анализе и аудите: Учебное пособие. — Х.: ИД «ИНЖЭК», 2004. — 296 с.
3. *Иванова Н. Ю.* Аналіз беззбитковості виробництва: теорія і практика: Навчальний посібник. — К.: Лібра, 2002. — 72 с.
4. *Ковальов А. І., Привалов В. П.* Аналіз фінансового стану підприємства. Видання 2-е, перероб. і доп. — К.: Центр економіки і маркетингу, 1997. — 192 с.
5. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: Навчальний посібник / За ред. Ф. Ф. Бутинця, М. М. Шигун. — Житомир: ЖДТУ, 2004. — 352 с.
6. *Попович П. Я.* Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник. — Тернопіль: Економічна думка, 2001. — 454 с.
7. *Чумаченко М. Г.* Моделі і методи прийняття рішень в аналізі і аудиті: Моделі рішень проблем беззбитковості виробництва. — К.: КНЕУ, 1999. — 55 с.

*Липчук В., Котлінський В.*

## ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОТУРИЗМІ

*Автори статті аналізують суть і значення агротуризму як форми туризму, а також особливості застосування інструментів маркетингу в діяльності агротуристичних господарств. Особливу увагу приділено формуванню продуктових стратегій в агротуризмі.*

Достатньо прибутковою діяльністю на селі може бути поєднання туризму з сільським господарством, що одержало назву «агротуризм». Таке поєднання в достатній мірі обгрунтоване і має право на існування, оскільки внаслідок зростаючих економічних труднощів зростатиме зацікавлення населення відпочинком на селі. Агротуризм, як форма відпочинку, швидко розвивається в усій Європі, а останнім часом найбільш динамічно в центральній та східній її частині, зокрема в Польщі та на Україні, і займає все більшу частку в ринку туристичних послуг. Розвиток агротуризму має суспільне, економічне і локальне значення, оскільки, з однієї сторони, є формою відпочинку з використанням переваг і приваб сільської місцевості, а, з другої, — формою поза-сільськогосподарської діяльності селян.

Недостатня частка агротуристичних господарств на загальному вітчизняному туристичному ринку пов'язана з багатьма причинами, серед яких — правові, економічні та соціальні. Особливою причиною є порівняно кращий розвиток інших форм туризму, що створює серйозну конкуренцію для сільського туризму, зокрема і агротуризму. Саме це змушує агротуристичні господарства, як показує світовий досвід, до постійного вдосконалення і покращення своїх пропозицій відносно потреб і очікувань споживачів, передбачування і оцінки ринкової ситуації. Важливим інструментом допомоги селянам в досягненні цих цілей служить маркетинг.

Застосування маркетингової концепції в агротуризмі вимагає, передусім, з'ясування багатьох специфічних рис цієї діяльності. Суттєва залежність від природних особливостей, культурних й історичних пам'яток та традицій, від пропонованих товарів і послуг суб'єктами ринку з різних галузей економіки посилюють поєднання маркетингу в агротуризмі з територіальним маркетингом та маркетингом місцевості.

У своїй діяльності, направленій на реалізацію стратегічних цілей, агротуристичне господарство як підприємство, що належить до сфери послуг, може застосовувати сім основних інструментів маркетингової політики: послуги; ціни; дистрибуції (розподілу); промоції (комунікації); персоналу, який надає послуги; матеріальних умов надання послуг; самого процесу надання послуги.

Складний характер продукту має фундаментальне значення для специфіки маркетингу в агротуризмі і, одночасно, застосування інших інструментів маркетингу. Агротуристичний продукт є композицією кількох послуг, які в поєднанні утворюють так званий пакет продукту. Складність і складові елементи агротуристичного продукту залежать від мети відпочинку на селі. Метою такого відпочинку може бути активне і одночасно релакційне перебування в господарстві селянина, в здоровому сільському середовищі, пізнання його особливостей (історії, культури, традицій даного регіону) та участь в житті селянина та його родини.

Пакет агротуристичних послуг утворюють основні та додаткові послуги. Основні послуги повинні створювати гостям можливість перебування в господарстві селянина, який веде сільське господарство, забезпечуючи передусім нічліг та харчування.

База ночівлі є основним показником туристичної пропозиції і досить диференційована в агротуристичних господарствах. Щораз сильніша конкуренція на ринку, а також дослідження потреб і очікувань клієнтів вказують на необхідність більш детального

визначення пропонованих послуг, їх обсягу, стандарту і якості. Тому вже декілька років назад в Польщі, а з 2004 року і в Україні, проводиться робота над добровільною системою інвентаризації, ресстрації, категоризації та стандартизації сільської бази ночівлі [1, 2].

Компенсацією низької якості послуг ночівлі в агротуристичних господарствах часто виступають гастрономічні послуги. Передусім це пов'язано з екологічністю пропонованих продуктів. Здорове харчування, специфічні регіональні страви, можливість участі туристів в їх приготуванні — це козир агротуристичних господарств. Досить часто витрати на харчування включені у вартість перебування в господарстві.

До основного продукту в агротуризмі належить також виконання дрібних щоденних послуг, або надання предметів та інструменту для виконання цих послуг самими туристами:

- приготування гарячих напоїв;
- охолодження напоїв;
- прання білизни;
- чищення одягу і взуття;
- надання телефону, газет, карт, путівників та іншої інформації, що містить дані про музеї, кінотеатри, місцеві події тощо.

Другу частину туристичного продукту утворюють допоміжні послуги, які можуть мати внутрішній і зовнішній характер. Внутрішні послуги надаються безпосередньо в селянському господарстві, що може мати місце і поза територією садиби (організація спортивних і розважальних заходів, ігор для дітей і т. д.), а також участь туристів у веденні сільського господарства (догляд за тваринами, рослинами) і процесі життя на селі (випічка хліба, переробка молока) тощо.

Зовнішні послуги пов'язані з використанням селянами природної, культурної та історичної привабливості місцевості. Агротуристичні господарства можуть пропонувати дуже багато різноманітних послуг, зокрема, прокат інвентаря, екскурсії тощо.

Стратегія агротуристичного продукту повинна бути скерована на:

- урізноманітнення продукту, розширення його асортименту;
- підвищення якості основного продукту (бази ночівлі і харчування);
- пошук унікальності продукту шляхом використання особливостей місцевості та її традицій і культурної спадщини;
- подовження часу діяльності агротуристичного господарства з огляду на сезонність туристичного руху.

Важливим питанням при встановленні асортименту агротуристичних послуг є їх орієнтація на певні групи споживачів чи сегменти ринку. У залежності від місцезнаходження господарства, якості бази ночівлі і харчування, цін послуг, рис клієнтів найбільш вдалим є поділ агротуристичного ринку на такі сегменти: «відлюдки»; «родинні», «задумливі», «збирачі», «їздаки», «велосипедисти», «нервові» [5:50–51]. Сьогодні найбільш привабливими соціальними групами для агротуристичного ринку є сім'ї з дітьми і пенсіонери.

Ціна в агротуризмі не є вирішальним чинником, оскільки ціни основних послуг (ночівлі і харчування) є значно нижчими від інших форм туризму. Клієнтами агротуристичних послуг є особи, які шукають відпочинку за нижчими цінами. Політика цін не повинна бути складною, оскільки їх встановлює сам селянин з огляду на витрати та оцікуваний дохід.

При встановленні цін на агротуристичні послуги особливу увагу треба звернути на:

- ціну конкурентних форм відпочинку в тій самій місцевості або регіоні;
- загальний рівень цін послуг та їх динамічні зміни (особливо тенденції до зниження);
- доходи клієнтів [4:87].

Організація маркетингу в сфері агротуризму має важливе значення з огляду на особливість цієї галузі діяльності. В Польщі, а тим більше в Україні, на сьогодні маркетинг не є достатньо розвинутим. Ця проблема ще не опрацьована достатньо як теоретично, так і практично, що негативно впливає на розвиток агротуристичного бізнесу.

#### Література

1. *Васильєв В. П.* Десять років розвитку сільського зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи // Туризм: Теорія і практика. — 2005. — № 1. — С. 3–16.
2. *Agroturystyka* / Pod red. U. Swietlikowskiej. — Warszawa, 2000.
3. *Kramer T.* Podstawy Marketingu; PWE. — Warszawa, 2000.
4. *Lazarek R.* Ekonomia turystyki — wybrane zagadnienia, Wyzsza Szkoła Ekonomiczna. — Warszawa, 1999.
5. *Mazurkiewicz L.* Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym. PWE, Warszawa, 2002.



Липчук Н. В

## ШАНСИ І БАР'ЄРИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

*У статті аналізуються окремі соціально-екологічні умови, що можуть використовуватися і враховуватися у розвитку агротуризму в Прикарпатському регіоні. Водночас акцентується на комплексі системних перешкод, які не сприяють розвиткові цього виду малого підприємництва.*

Розвиток агротуризму є новим і достатньо перспективним напрямком підприємницької діяльності на селі, особливо з огляду на необхідність багатофункціонального розвитку села, пошуку додаткових джерел доходу селян та зайнятості населення. Світовий досвід показує, що агротуризм може стати шансом для малих господарств, передусім особистих селянських, які є переважно натуральним і лише надлишки продукції поставляють на ринок, а також для територій і регіонів, які характеризуються так званим аграрним перенаселенням і одночасно є привабливим місцем відпочинку для туристів.

Проблема розвитку агротуризму є новою, багатоплановою і різноманітною та вимагає з'ясування багатьох питань як теоретичного, так і практичного характеру. Важливе значення при цьому належить вмінню виявити і використати існуючі шанси в розвитку агротуризму та знайти способи подолання виявлених бар'єрів цього розвитку.

Законодавчо поняття «агротуризм» в Україні не закріплено, відповідно агротуризм в Україні в основному трактується як складова частина сільського туризму, тобто з позицій туризмології. Окремі публікації, переважно в журналі «Туризм сільський зелений», інших виданнях [2, 3, 5] стосуються, як правило, організації самого господарства, точніше технології туристичної діяльності. Натомість в країнах Європи агротуризм — це вид сільськогосподарської діяльності, який розглядається окремо, як форма відпочинку, пов'язана з сільськогосподарською діяльністю об'єкта. У статті 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» відмічається, що «особисте селянське господарство — це господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму» [1]. Тобто агротуризм розглядається як один з видів діяльності селянського господарства.

Саме тому шанси і бар'єри в становленні і поширенні агротуризму треба ув'язувати з шансами і обмеженнями не лише розвитку туризму, але й з розвитком сільського господарства і села.

Результати дослідження. Оцінюючи шанси розвитку агротуризму, треба виходити з того, що він виступає складовою частиною і сільського господарства, і туризму. Тому шанси і бар'єри розвитку агротуризму можуть бути оцінені з точки зору перспектив розвитку цих двох сфер.

З позицій туризму шанси треба шукати не лише в умовах, характерних для розвинутих з точки зору туризму країн, а шукати власні шанси, з власним туристичним продуктом. Крім морів (Чорного і Азовського) та гір (Карпатських і Кримських), що навряд чи можуть конкурувати з подібними розвинутими європейськими місцевостями, на Україні є достатньо місць для лікування, оздоровлення, відвідування релігійних культових об'єктів тощо. Крім того, Україна, з огляду на своє географічне положення, виконує суттєву транзитну функцію між країнами Західної і Східної Європи.

Україна має значні історичні традиції, пам'ятками якої залишилися старі замки, палаці, об'єкти релігійного культу, більшість з яких знаходиться в сільській місцевості. З огляду на політичні реалії мало іноземців мали раніше можливості їх побачити, хоча

багато з них з цими місцями пов'язують свою історію і охоче б їх відвідали. Це особливо стосується Галичини, яка була і під Польщею, і під Австро-Угорщиною, і під Росією.

Наступним є те, що територія України, зокрема Карпатського регіону, багата місцями і регіонами, яких не змінив вплив людини. На багатьох теренах існують умови для активного відпочинку, піших, і водних мандрівок чи на велосипедах.

Прагнення міських жителів, особливо великих агломерацій, повернутися до природи, до сільського способу життя і праці, народних традицій, які в найбільшій мірі і збереглися на селі, створює добрі передумови для формування широкого і різноманітного сільського туристичного продукту.

Ще один шанс розвитку агротуризму, зокрема в Карпатському регіоні, пов'язаний з його прикордонним розміщенням. Обслуговування прикордонного туристичного руху створює добрі шанси і для всього розвитку сільського туризму.

Шанси для агротуризму наявні ще в одній світовій тенденції, що особливо примітного було і в українській дійсності, зокрема, сонячним і гарячим літом 2006 року. Пропоновані на ринку туристичні послуги, зокрема «люксусові», стають занадто монотонними і повсюдно розповсюдженими. Клієнтам вже недостатньо моря, пляжу і сонця. Вони шукають інші пропозиції. Це може дати і шанс Україні в міжнародній конкуренції на ринку туристичних послуг. Тим більше, що Україна для цього має всі передумови, насамперед географічні.

Добрі шанси для розвитку агротуризму створює існуюча система ведення сільського господарства. Особливої уваги в цьому контексті заслуговує перевага дрібноземельних особистих селянських господарств та низькі ціни на сільськогосподарську продукцію, відповідно менші витрати на харчування відпочиваючих.

Подальший розвиток агротуризму гальмується сукупністю причин. Серед них особливо відмітимо три групи. Перша група причин пов'язана із загальною тенденцією розвитку туризму в Україні, друга — з розвитком сільського господарства, третя — розвитком села та поведінкою сільської громади. Найбільш характерними причинами першої групи є:

- відсутність цілісної системи державного управління в туристичних регіонах;
- недосконалість нормативно-правової бази;
- недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;
- незбалансованість соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх збереження;
- недосконалість туристичної інфраструктури, неефективністю використання рекреаційних ресурсів;
- відсутність інноваційних проєктів та наукових досліджень з питань розвитку сільського туризму;
- недостатня забезпеченість туристичної галузі висококваліфікованими спеціалістами;
- недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг;
- недостатній розвиток інформаційної інфраструктури.

Другу групу причин утворюють:

- слабкі фінансові можливості селян для започаткування агротуристичної діяльності;
- низький освітньо-кваліфікаційний рівень сільських жителів;
- зменшення частки сукупних доходів від сільськогосподарської діяльності у загальних сукупних доходах сільських домогосподарств;
- обмеження асортименту вироблюваної продукції селянськими господарствами;

Основні бар'єри розвитку агротуризму в Україні мають передусім фінансовий характер. Це — відсутність початкового капіталу для відкриття цієї справи, недосконалість механізму кредитування селян та високі податки. Очевидно, що тут повчальним

може бути досвід багатьох європейських країн. Так, в Угорщині в господаря, що приймає відпочиваючих, доходи від 10 ліжок не обкладаються податком, у Румунії розглядається питання про звільнення від податків таких господарів протягом 15 років. В Австрії, селяни, що займаються прийманням гостей мають пільги з оподаткування вже протягом 40 років; у Польщі не обкладаються податком доходи від надання туристам не більше 5 кімнат для проживання і харчування [4, с.45].

Обмеження та бар'єри розвитку підприємництва на селі пов'язані з характерними рисами сільської спільноти. Вони проявляються в наступних площинах: в сфері професійної активності; природного середовища; густоти населення; соціальних відмінностей (міжкосових, функціональних); соціальній рухливості; системі взаємовідносин.

Відповідно до цього сформувалися специфічні риси моделей сільського життя, які і створюють певні бар'єри щодо агротуристичного бізнесу. Ними є:

- традиціоналізм поведінки і консерватизм поглядів та способів поведінки;
- традиційно зорієнтовані системи цінностей і світогляду;
- ідентифікація з локальною спільнотою села (почуття близькості стосунків до інших мешканців села, інше ставлення до осіб з поза громади);
- опора соціальних зв'язків і системи співпраці на відносинах сусідства і родини.

Значно іншим є стиль життя міських жителів, що не завжди або/і неоднозначно сприймається сільськими мешканцями.

Розвиток агротуризму є одним з перспективних шансів розвитку вітчизняного села, проте його реалізація потребує достатнього теоретичного обґрунтування і конкретних практичних рішень. Проаналізовані вище шанси і бар'єри розвитку агротуризму є підставою для опрацювання відповідних державної і регіональної програм розвитку не лише агротуризму, але й програм розвитку сільського господарства та села загалом.

#### Література

1. Закон України «Про особисте селянське господарство»//Відомості Верховної Ради (ВВР), 2003. — № 29.
2. Котлінські В., Липчук Н. Розвиток агротуризму як форми підприємництва в сільській місцевості прикордонних регіонів // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону. Збірник наукових праць. Вип. Х. — № 3–4. — Луцьк: Надстир'я, 2004. — С. 240–246.
3. Масєвський Я. Агротуризм: Порадник для сільського господаря. — Львів, 2005. — 80 с.
4. Мунін Г., Зінов'єв Г. Сільський туризм — альтернативний вид туризму // Сільський туризм зелений, 2003. — С. 44–45.
5. Черевко Г., Липчук В., Іваницька Г. Агротуризм як напрям розвитку агробізнесу в сільських прикордонних регіонах України // Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України. — Жешув–Львів, 2003. — С. 173–188.

Розділ 4.  
**КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ**

Сокіл В. В.

**УСНА ІСТОРІЯ ЛЬВОВА  
(ДО 750-РІЧЧЯ ЗАСНУВАННЯ МІСТА)**

*У статті викладено історію Львова крізь призму усної словесності. Цей жанр «фольклорної документалістики» доповнює новими нюансами історичні відомості.*

Сучасні дослідники висувають на чільне місце написання історії за усними джерелами. Це надскладне завдання, оскільки стикається з поняттям достовірності відтворення дійсності, правдивості. Тут науковці розділилися, вказуючи на дві форми «правди», які усвідомлюються людиною. Одна з них — це та, яка прямо відповідає історії, тобто так звана «історична правда», пов'язана з точним повідомленням того, що було. Однак дійсність минулого синтезується, передається внаслідок творчого узагальнення. Таке узагальнення фактів уже не правда в буквальному розумінні слова, а наближення до «художньої правди». Це відтворення того, що колись могло відбуватися, тому проблематично шукати «історичної правди» (якщо вона взагалі існує), а слід говорити про «фольклорний історизм», під яким розуміється художнє пізнання й відображення історії в народних творах. А «художнє» передбачає органічне поєднання «ідеального» й «реального». Прикладом може послужити усна історія Львова.

Кожне поселення, як і люди, формує власну біографію, оскільки воно «народжується», «отримує ім'я», «зростає», «стареє», словом — «живе». Львів, який «з'явився на світ» сімсот п'ятдесят років тому, вже пройшов частину свого життєвого шляху. Про нього розмірковували літописці, письменники, поети, митці, науковці. Він посів чільне місце і в народній традиції, яка, проте, досі належним чином не зафіксована та не осмислена. Надзвичайно висока частотність відображення образу міста простежується в народній пісенності — обрядовій (колядки, щедрівки, гаївки, рогульки, обжинкові, весільні), ліро-епічній (історичні пісні, балади, пісні-хроніки), а також необрядовій (пісні про кохання, родинного життя, жартівливі, рекрутські та солдатські). Львів фігурує, безумовно, у фольклорі XX століття — стрілецькому, повстанському, тюремному.

Як вважають дослідники, поселення заснував галицький король Данило Романович за співучастю свого сина Льва, на честь останнього й названо град. Це були важкі часи для тодішньої Русі, адже монголо-татарська навала і падіння Києва змусили людей шукати захисту в малодоступних місцях, придатних для зведення укріплень. Саме таким вимогам відповідали верхів'я Полтви, яка починалася неподалік балто-чорноморського вододілу на перехресті торговельних шляхів. Високі гори забезпечували надійну оборону княжому двору і замкові, а довкіл болотиста місцевість робили неприступними оселі міщан і ремісників. Сьогодні маємо всі підстави вважати, що на 1256 рік Львів уже існував, бо, за свідченням літопису, коли горів Холм, «полум'я було таке, що зо всеї землі [Холмської] заграву [було] видіти. Навіть і зо Львова дивлячись, було видно [її] по белзьких полях од палахкотіння сильного полум'я» [2:417].

Фольклорна традиція, яка безпосередньо стосується Львова, своїми коренями сягає його початків, більше того, вона суголосна з літописною, насамперед у питанні обгрун-

тування заснування міста та найменування. Вона стверджує: «Мав Данило два сини. Єден був Василь, дістався Волиню, а Левко пішов на Львів» [7:52]... Щодо тлумачення виникнення топоніма, то науковці зійшлися на одній достовірній, на їхню думку, версії, яка вказує на його антропонімний родовід. Свого часу Я. Рудницький, котрий спеціально займався цим питанням, підкреслив: «Про походження назви міста Львова не може бути ніяких сумнівів: вона зв'язана з іменем Данилового сина, князя Льва, й належить щодо своєї форми до т. зв. назв присвійного типу, а їх багато в українському місцевому назовництві» [15:41].

Згодом місто Лева досить швидко зростало, зміцнювалось, що, ясна річ, привернуло увагу зовнішніх ворогів, зокрема ординців, у яких були особливі загарбницькі амбіції, пов'язані з безпосередніми спробами підкорити наш край. Уже в 1259 році монголо-татарський воєначальник Бурундай наказав розметати укріплення. Князь змушений був погодитись з цією вимогою з метою уникнення повного знищення своїх володінь. «Лев розкидав [города] Данилів і Стіжок, а, звідти пославши [воїв], Львів розметав» [2:421], — говориться в літописі. Однак уникнути монголо-татарської навали так і не вдалося: місто було розорено, людей знищено чи забрано в полон.

В осягненні ранньої історії Львова чимало фольклорних творів, передусім колядок і щедрівок, відсилають у славному княжу добу, коли галицько-волинські правителі міцно охороняли свої володіння. Центральне місце в цьому циклі займає сюжет «облога міста». Львів змальовується неприступною фортецею, яку намагаються здобути. «Воїн над усе військо подобен» закликає своїх побратимів:

Коні сідлайте, зброї збирайте.  
Беріть же собі та сніпки стрілок,  
Та сніпки стрілок, тугії луки,  
Тугії луки, острії мечи,  
Бо поїдемо та на Львів-город [9:45].

Обов'язковим атрибутом витязя є бойовий кінь, який «грає, грає, вигравас, аж ся місто розлягас» [21:38] Крім того, увагу привертає його зброя — шабля (меч), якою він «звиват, аж Львів ся здрыгат» [20:43]

Сюжет «облога міста» будується звичайно на триразовому повторенні ситуації, коли парубкові виносять золото, виводять коня і, накінець, «красну панну». Перевагу він надає милій, з якою мріяв поєднати свою долю. А в одному зразку ця мрія стала реальністю, коли «молод Михасенько»

Миленьку забрав, до шлюбоньку став  
У Львові.  
Гей же у Львові, у крайнім домі  
На блоню [13:116].

Інші вороги розпочали тривалу і вперту боротьбу проти місцевих жителів, внаслідок якої Галичина надовго увійшла до складу Польського королівства. Про це йдеться в історичній пісні «Ой ізрада козацькую славу погубила», в основі якої лежить сюжет, пов'язаний із загибеллю отамана Івана Підкови, котрого у Львові «зустріла могила». З історичних джерел відомо, що І. Підкову по-зрадницьки схопили в Немирові польські жовніри і відправили до Варшави. За рішенням польського сейму його було страчено 16 червня 1578 року у Львові. Проте тіло козаки викрали і перевезли до Канева, де й поховали в місцевому монастирі. У пісні Івана Підкову названо Серп'ягою, якого «зрадливо убили» у Львові та «у Каневі уже поховали» [8:127].

Народна традиція більше не зберегла відомостей про ті далекі події, хіба зафіксувала дещо пізніші, як, скажімо, стосовно облоги Львова Богданом Хмельницьким 1648 року в часи польського панування. Перекази намагаються правдоподібно відтворити

місцерозташування козацького війська під час наступу на Львів — зі сходу та півночі міста. У структуру переказів увійшли мотиви, пов'язані із залишенням слідів перебування козаків у тій місцевості. Досі, за свідченням інформаторів, збереглася «козацька могила» біля села Миклашева Пустомитівського району. «Колись казали, — говориться в одному з творів, — же ту був табір Хмельницького, як наступав на Львів [...]. Там, у ту могилу, він багато козаків закопав, котрі загинули» [7:132]. Тут, очевидно, не йдеться про конкретне козацьке захоронення, оскільки під час облоги Львова не було надзвичайно кровопролитних боїв. Імовірніше маємо справу з фольклорним образом могили-пам'ятника, де і не могло бути тілопоховання. Це скоріше знак-символ, який сповіщає про перебування там козацького війська на чолі з гетьманом. Наведена думка підтверджується самою народною традицією, згідно з якою могила була обсаджена дубами, названими на честь Хмельницького. До речі, у традиційній культурі багатьох слов'янських народів дуб вважався найбільш шанованим деревом, яке символізувало силу, мужність. Отже, образ дубів Хмельницького біля Миклашева пов'язується з давнім звичаєм саджати дерева у пам'ять про важливі історичні події, у даному разі відомої облоги Львова.

Певне історичне зерно проглядається і в інших фольклорних творах, що стосуються доби Хмельниччини. Приуроченість деяких з них до Львова засвідчує виняткову роль і популярність цього княжого міста серед українців. Помітною властивістю є легке прив'язування мотивів до різних подій, навіть тих, що відбувалися територіально віддалено, а також інших осіб, географічних об'єктів, тобто йдеться про специфічну локалізацію та хронологізацію. Так, скажімо, Львів згадується у фольклорному зразку про полковника Морозенка [11:212–214]. Основний мотив твору — загибель С. Морозенка (Морозовицького) під час Зборівської облоги 1649 року, а побічний лише натякає на спільне взяття Високого Замку у Львові, що сталося раніше — 5 жовтня 1648 року.

Інколи «фольклорна документалістика» вплітається у незвичайні сюжети, як це проглядається з тексту «Срібне озеро». Походження назви гідроніма пов'язується з магнатом Яремою Вишневецьким, котрий, повертаючись зі Львова, дізнався, що до нього прибули козаки. Він наказав таємно заховати коштовності на дні озера. Невдовзі їх знайшов М. Перебийніс (Кривоніс) і частину віддав татарам як викуп за невільників, іншу відправив до Києва у монастир [11:214–215]. Отже, тут йдеться про так званий «чистий», незаклятий скарб. Щоправда, його знаходить не звичайна людина, а герой національно-визвольної війни М. Перебийніс і віддає на благородні національні та релігійні потреби українців.

Народна уява пов'язує завершення життєвого шляху у Львові Микити Швачки — запорозького козака, одного з керівників національно-визвольного змагання проти польського гніту в Правобережній Україні 1768 року під назвою Коліївщина. В історичній пісні «Ой виїхав же до Гумане» йдеться про те, що ляхи підступно його «ве Львові спіймали», конкретизуючи далі:

Бо вже Швачки нема,  
Бо вже ловили  
В самим риночку, в місті [12:45].

З історичних джерел відомо, що М. Швачку було схоплено російським каральним загоном під Богуславом і заслано на каторгу до міста Нерчинська. Подальша доля героя невідома. Заміщення окремих історичних і топографічних реалій (російських карателів на ляхів, Богуслава на Львів) пояснюється тим, що цей фольклорний зразок має західноукраїнське походження, тому для носіїв місцевої традиції така прив'язка виявилась цілком зрозумілою та вмотивованою. Зрештою, локалізація подій і фактів залежно від географії запису — характерна ознака варіантної поетики народних творів.

Загальна криза Польської держави в другій половині XVIII століття безпосередньо зачепила і Львів. Внаслідок першого поділу Польщі 1772 року західноукраїнські землі, які

вона раніше загарбала, відійшли до Австрії. На цих теренах утворилось так зване Королівство Галичини і Володимерії, столицею якого став Львів. Такий високий статус міста призвів до того, що воно почало відігравати важливу не тільки адміністративну, а й військово-політичну роль. Примусова служба українців у чужинецькій австрійській армії дала поштовх виникненню великого масиву рекрутських пісень. М. Драгоманов вважав їх новими за змістом, оскільки вони породжені містом і прийшли на зміну «старосвітським пісням, що вийшли з життя дуже простого, сільського, скотарського та хліборобського» [3:81–82].

Система вербування рекрутів тривалий час була основою в комплектуванні армії Австро-Угорщини. Набір проводився силоміць, молодих хлопців підступно ловила сільська старшина з наказу іноземних поневолювачів. Одна з пісень так передає цю картину:

Скоро мене злапали,  
Назад руки зв'язали;  
Ведут мене до двора:  
Смутно мені, невесело;  
Ведут мене до двора:  
— Бувай, мати, здорова!

А в неділю порано  
Сім підводів загнано:  
Казали нам сідати,  
Взяли люди плакати.  
Везуть мене до Львова:  
— Бувай, мила, здорова! [16:172]

Отож, Львів стає центром рекрутування, куди звозили юнаків з різних куточків колишньої Австро-Угорської імперії. Через те в багатьох народних піснях присутній образ дороги, якою транспортували новобранців («Та до Львова доріжечка, до Львова, до Львова» [16:207]). Дорога до Львова, за свідченням народнопоетичних джерел, пролягала зі Стрия, Самбора, з Бережан, Чернівців та інших міст. Вона обов'язково «мурована», «брукована», «коване камінічко». Це дає підстави вважати, що основним видом перевезення рекрутів традиційно залишався гужовий. Однак у зв'язку з технічним розвитком деякі реалії змінюються. Пісня-хроніка повідомляє, що гуцула-новобранця транспортують уже поїздом:

Приїхали на станцію не дуже ще пізно,  
Та забрали ми білета — не дуже завізно.  
Та забрали ми білета — їдемо до Львова... [17:279]

З різних творів Львів постає у сполученні з назвами інших великих міст:

Не плачте, жовнірики, — щаслива дорога,  
Бо коване камінічко до самого Львова.  
А зи Львова до Кракова, з Кракова до Відні,  
Вертайтесі, жовнярики, бо ви дуже бідні [5].

Поєднання топоніма Львів з назвами віддалених міст виступає, з одного боку, художнім засобом масштабності явища рекрутування, вказівки на значнерозпросторення Австро-Угорської імперії, а з іншого — на чільне його місце в життєдіяльності тодішньої держави.

Історія розпорядилася так, що з деяких частин українських жовнірів на початку Першої світової війни у складі австрійської армії був створений національний підрозділ — легіон січових стрільців, який боровся проти царської Росії, котра прагнула окупувати Галичину. Ядро легіону становили національно свідомі вояки — активісти січового, сокілського і пластового руху, вчорашні гімназисти та студенти. Дії січових стрільців спрямовувались на здобуття української незалежності, тому вони активно підтримувались

українською громадськістю і так широко відобразились у народних піснях. Ці пісні досить часто мають топографічну прив'язку до Львова. В одній з них ідеться про те, як російська армія захоплювала західноукраїнські землі («Тернопіль забрали, а Львів оточили» [1:27]), інша присвячена подіям на горі Маківці в Карпатах весною 1915 року («Там на горі, на Маківці»), в якій висловлюються мрії і сподівання про вільну Україну, оскільки

Є у Львові усусуси,  
Україна мусить бути [1:2].

Ще інша пісня-новотвір стосується вже сучасної України, зокрема утворення «живого» ланцюга, який символічно водно об'єднав державу:

Від Франківська аж до Львова,  
А зі Львова до Кийова.  
Ми ланцюг живий зробили,  
Від Москви ся відділили [18:341].

Зі Львовом пов'язуються мотиви народних творів, які віддзеркалюють період ОУН-УПА. Деякі варіанти стосуються визначних діячів Української військової організації та Організації українських націоналістів, як, наприклад, Дмитра Данилишина та його небожа Василя Біласа. Вони обидва брали участь у експропріаційних актах з метою отримання коштів для діяльності ОУН у Бориславі, Трускавці, Городку. В час останньої операції їх зловила польська поліція біля села Верень на Львівщині та після термінового судового розгляду польська влада стратила цих борців у львівській тюрмі «Бригідки» 23 грудня 1932 року. Ця страта викликала масовий рух протесту серед українського населення Галичини, вона відобразилася в багатьох народних піснях. Центром уваги різних варіантів стали події у Львові, з якого «сумні вістки йдуть, що Біласа й Данилишина в кайдани кують» [14:74]. Інші повідомляють про «страшну новину», згідно з якою у Львові завершилась «страшна судьба» «братів України» [20:429] — героїчна загибель двох патріотів.

Діяльність визначної української політичної постаті, одного з лідерів національно-визвольного руху 30–50-х років Степана Бандери багато в чому пов'язується зі Львовом. Народна пісня «Тридцять сьомий рік минає» (варіант з хронологічним зміщенням «Сорок п'ятий рік минає») інформує, «як у Львові в трибуналі присуд відчитали» молодим українцям, які хотіли здобути волю Україні:

Перший герой — це Бандера,  
Другий Лебідь зветься [14:80].

В основу пісні ліг історичний факт. 1934 року С. Бандера, виконуючи постанову конференції ОУН у Берліні (1933), підготував замах на одного з головних організаторів «пацифікації» (умиротворення) щодо українського населення Галичини і Волині міністра закордонних справ Польщі Б. Перацького. У червні 1934 року Бандеру заарештували і під час Варшавського 1935–1936 та Львівського процесів 1936 років засудили до смертної кари, згодом заміненій на довічне ув'язнення. З 1936 року він разом з М. Лебедем, М. Климишиним, Я. Карпинцем та іншими націоналістами перебував у в'язниці «Свенти Кшиж» («Святий Хрест») у Варшаві. Лише після розвалу Польської держави 1939 року був звільнений. Згідно з піснею, і Бандера, і Лебідь «у першу нічку воба повтікали» з тюрми, оскільки фольклорна традиція не погоджується з тим, що герої перебувають за ґратами.

Більше історичних та життєвих подробиць про С. Бандеру, що співвідносяться зі Львовом, виявлено у спогаді рідної сестри Оксани [6]. Вона акцентує увагу на польському ув'язненні брата, а також на німецькому арешті після проголошення у Львові 30 червня 1941 року Акту відновлення Української держави, відтак тривалому його перебуванню в концтаборі Заксенгаузен тощо.

Львів фігурує ще в низці пісень періоду ОУН. Досі побутує незмірно велика кількість варіантів, які пов'язуються з поверненням Лопатинського з-за кордону. Ідеться про



Володимира Тимчія, який після закордонних нарад активу ОУН 9–10 лютого 1940 року та розмов зі Степаном Бандерою разом з Микитою Опришком, Зеновією Левицькою і Теодором Оленчаком поверталися в Галичину. Вони перейшли Сян і загинули в нерівному бою з російськими прикордонниками [4:221]. Цей епізод майже ідентично відтворюється в багатьох поетичних творах:

Як Лопатинський з-за кордону  
У рідний край, у Львів манджав,  
Він ніс надію про повстання,  
Тоді чекістам в руки впав [1:15].

В одних варіантах малюнок застигає на тому, що «Лопатинський на Львів, на Львів все пробивавсь» [1:15], в іншому Бандера думає, «чи Лопатинський у краї» [20:434], а в записі В. Подуфалого констатується, «що Лопатинський в бою впав» [14:79].

Якщо в пісні про Лопатинського говориться, що «він ніс надію про повстання», то решта вказує вже на безпосередню боротьбу УПА за волю України («Під Львовом громили комуну» [14:427]), воювали, щоб заяснів синьо-жовтий стяг над Києвом, Хустом і Львовом [14:434].

Національно-визвольні змагання 1940–1950 років виявились тривалими й жертвними, адже загинуло дуже багато звичайців у борні з різними ворогами. На вівтар незалежності України поклали життя й відомі герої, як-от генерал УПА Олекса Гасин, що «поліг, поліг славний «Лицарь» на вулиці в Львові» [4:536]. Це великий політичний і військовий діяч родом з Конюхова на Стрийщині, член проводу ОУН. До слова, його 1941 року заарештувало гестапо, відразу ж був засуджений до страти, однак звільнений підрозділом УПА під час нападу на в'язницю. Після того він повністю присвятив себе національно-визвольній боротьбі, а загинув у перестрілці зі співробітниками МГБ СРСР 31 січня 1949 року у Львові. Цей випадок оспівує пісня, його згадують також очевидці.

У висновку можемо підтвердити, що усна історія Львова містить цінну інформацію з історичного, суспільно-політичного життя, відтворюючи його в специфічний спосіб. А специфіка полягає в поетичному представленні життєпису галицької столиці — вірогідного, художньо досконалого.

### Література

1. А ми тую червону калину: Пісні національно-визвольної боротьби / Зібр. і упоряд. З. Бервецький. — Дрогобич, 1990. — 42 с.
2. [Галицько-Волинський літопис] // Літопис руський / За Іпатським списком переклав Л. Махновець. — К.: Дніпро, 1989.
3. Драгоманов М. Нові пісні про громадські справи (1764–1880). — Женева, 1881. — 123 с.
4. Дем'ян Г. Українські повстанські пісні 1940–2000 років (історико-фольклористичне дослідження). — Львів: Галицька видавнича спілка; К.: Українська видавнича спілка, 2003. — С. 221.
5. Зап. 26 липня 1980 р. В. Сокіл у с. Ясень Рожнятівського р-ну Івано-Франківської обл. від Павлишак Марії, 1915 р. н.
6. Зап. 4 серпня 1998 р. Г. Дем'ян у Стрию від Оксани Бандери, 1917 р. н., родом з Угринова Калуського р-ну Івано-Франківської обл.
7. Історичні перекази українців / Зібр. та опрацював В. Сокіл. — Львів: М. Коць, 2003. — 327 с.
8. Історичні пісні / Упоряд. І. П. Березовський, М. С. Родіна, В. Г. Хоменко. — К.: Вид-во АН УРСР, 1961. — 1067 с.
9. Колядки і щедрівки / Зібр. В. Гнатюк // Етнографічний збірник. — Львів, 1914. — Т. 35. — 270 с.
10. Колядки та щедрівки: Зимові обрядова поезія трудового року / Упоряд. , передм. і приміт. О. І. Дея; нотний матеріал упоряд. А. І. Гуменюк. — К.: Наук. думка, 1965. — 804 с.
11. Легенди та перекази / Упоряд. та приміт. А. А. Іоаніді; вступ. ст. О. І. Дея. — К.: Наук. думка, 1985. — 400 с.

- 
12. Народні пісні в записах Григорія Ількевича / Упоряд., приміт. Г. В. Дем'яна, Р. Ф. Кирчіва. — Львів: Каменяр, 2003. — 118 с.
  13. Пісні Тернопільщини. Календарно-обрядова лірика / Упоряд. С. І. Стельмашук, П. К. Медведик. — К. : Муз. Україна, 1989. — 238 с.
  14. Пісні УПА / Зібр. і зредаг. З. Лавришин // Літопис Української Повстанської Армії. — Торонто–Львів: Вид-во Літопис УПА, 1996–1997. — 554 с.
  15. Рудницький Я. Назва «Львів» та її походження // Наш Львів: Ювілейний збірник. 1252–1952. — Нью-Йорк: Червона калина, 1953. — С. 41.
  16. Соціально-побутові пісні / Упоряд., вступ. ст. та приміт. О. М. Хмільовської. — К. : Дніпро, 1985. — 319 с.
  17. Співанки-хроніки. Новини / Упоряд., передм. О. І. Дея, С. Й. Грици. — К. : Наук. думка, 1972. — 558 с.
  18. Стрілецькі пісні / Упоряд. О. Кузьменко. — Львів, 2005. — 639 с.
  19. Українські народні пісні в записах Зоріана Доленги-Ходаковського / Упоряд., текстологічна інтерпрет. і комент. О. І. Дея. — К. : Наук. думка, 1974. — 782 с.
  20. Фольклорні матеріали з отчого краю / Зібр. В. Сокіл та Г. Сокіл. — Львів: Ін-т народознавства, 1998. — 616 с.
  21. Щедрівки / Зібр. та упоряд. М. Мишанич. — Львів, 1996.
-

Цимбала О. С.

**КУЛЬТУРОЛОГІЧНА СПАДЩИНА МИКОЛИ ГОЛУБЦЯ**

*У статті розкрито основні віхи життя Миколи Голубця, відомого галицького краєзнавця, історика, мистецтвознавця та публіциста, ім'я якого несправедливо забуте в історії української культури першої половини ХХ століття. Подано коротку характеристику його творчих зацікавлень та наукових інтересів.*

Українські землі після завершення Першої світової війни зазнали значних потрясінь. Закінчилися повним крахом всі ідеї і прагнення українців на самоствердження себе як окремої незалежної держави на політичній арені світу. Реальність була дуже далекою від ідей, оскільки українські землі опинилися в руках чотирьох держав, а надій на швидке возз'єднання не залишалось. Тому, так чи інакше, потрібно було пристосовуватись до нових умов життя.

Гострою залишалася ситуація в Східній Галичині, де українська і польська спільноти ніяк не могли поділити сфери впливу. Українська інтелігенція, що найбільше гуртувалися навколо НТШ, намагалася всіляко відстоювати інтереси свого народу. Одним із способів активізації національної свідомості часто ставало звернення до минулого, апеляція до історичних прав народу. Саме тому активного розвитку набирають краєзнавчі дослідження, які мали на меті продемонструвати давні традиції українського народу, підтвердити його історичні права і минулу славу. Плеяду українських істориків-краєзнавців міжвоєнного періоду репрезентували І. Крип'якевич, М. Кордуба, С. Томашівський, археолог-краєзнавець Я. Пастернак та інші.

Одним із представників цієї епохи був і М. Голубець — галицький краєзнавець, історик, архівіст, мистецтвознавець, публіцист, редактор, поет і прозаїк першої половини ХХ ст. Сьогодні його ім'я несправедливо забуте в історії української культури, проте свого часу він був знаний не лише у вузьких наукових колах. Його багатогранна постать була відома у мистецькому, науковому та публіцистичному середовищах, а за активну громадську діяльність його поважала громада міста [12:3].

Як пишуть сучасники, М. Голубець репрезентував «рідкісний тип універсаліста», що своїм небуденним талантом, великою ерудицією та вантажем свого всестороннього знання охоплював обрії науки і культури, історії та архівознавства, краєзнавства та мистецтвознавства, літератури, критики, публіцистики... [12:3].

Проте, слід зазначити, що постать М. Голубця та його науковий доробок ще практично не дослідженні. Короткі дані про його особу можемо знайти в сучасних історичних довідниках та енциклопедіях [6; 7; 8; 14]. Узагальнену інформацію щодо культурологічного доробку М. Голубця подає дослідник В. Качкан в одному із розділів книги «Українське народознавство в іменах» [10:219–232]. Окремий аспект поетичної творчості висвітлює письменник І. Гушак у своєму дослідженні «Плеяда заборонена, призабута» [5:148–164]. Дуже цікавою і оригінальною є робота львівського дослідника Я. Гнатива про містечко Миколаїв, що на Львівщині, у якій автор описує дитинство М. Голубця [1:13–53]. Також знаходимо короткі відомості про нього у згадках його сучасників. Фактично цим і вичерпується вся інформація про М. Голубця. Проте така колоритна й багатогранна постать потребує повернення з небуття, а його творчий доробок вимагає наукової оцінки та переосмислення.

Народився М. Голубець у Львові 15 грудня 1891 р. Його родовід на основі багатьох метричних та архівних документів докладно виводить львівський дослідник Ярослав Гнатів у своїй роботі «Кам'яна господиня», в якій окремий розділ присвячено саме дитячим рокам Миколи Голубця. Автор описує дитинство майбутнього дослідника на основі аналізу автобіографічного твору «Люде і блазні». Я. Гнатів відтворює середовище, в якому

формувався М. Голубець, змальовує картини з його життя та зображує реальних людей, які часто ставали героями окремих творів автора.

Юнацькі роки М. Голубця проходили у Львові. Саме тут він здобув гімназійну освіту, а пізніше навчався на філософському факультеті Львівського університету. Також слухав лекції у Краківській академії мистецтв та у Віденському університеті [6:169], проте воєнні події заставили його самотужки закінчувати освіту [13:5].

М. Голубець з юнацьких років брав активну участь у громадській діяльності, був членом «Пласту». На початку Першої світової війни, 28 липня 1914 р. став добровольцем Легіону Українських січових стрільців. Тут служив у своєрідній формації УСС, яка була фактично літературно-мистецьким гуртком, що виник на фронті у Коші і Вишколі легіону. В цьому підрозділі — Пресовій квартирі служили письменники, музиканти, художники та фотографи [14:64].

Навіть в часі війни М. Голубець не переставав займатися культурно-просвітницькою роботою, у зв'язку з чим був відправлений за скеруванням СБУ у грудні 1914 р. до табору військовополонених українців у Фрайштадт. Тут за його ініціативою було створено хату-читальню, згодом організовано таборовий театр, налагоджено видання таборового часопису [2:383]. Завдяки проведеній роботі серед полонених українців відбувалося пробудження національної свідомості, піднімався волелюбний дух українського народу.

В історичні дні листопада 1918 р. М. Голубець вже боронив Львів з крісом у руці. Після Листопадового чину 1918 р. став чотарем (командиром взводу) новоствореної Української Галицької Армії. Брав участь в українсько-польській війні 1919 р., зокрема у боях під Львовом на Янівському відтинку [11:3].

Після завершення війни М. Голубець плідно працював у різних царинах наукового, літературного, культурного життя. Був членом комісії Наукового товариства імені Т. Шевченка у Львові з історії мистецтва, одним з організаторів Асоціації незалежних українських митців. Працював викладачем у львівських гімназіях, не полишаючи при цьому активної громадської діяльності.

Творчий шлях М. Голубець розпочав в 1909 р., коли опублікував свою першу поетичну збірку «Фрагменти» (Львів, 1909. — 47 с.), яка відзначалася сміливістю думки та свіжістю слова. Один із віршів цієї збірки «Ой нагнувся дуб високий», покладений на музику М. Гайворонським, увійшов до репертуару популярних стрілецьких пісень [7:214].

Наступна збірка «Бувають хвилі» (Львів, 1910. — 64 с.) сповнена філософських мотивів та роздумів на соціальну тематику. В основі подальших збірок «Моя весна» (Львів, 1912. — 43 с.), «Із чужини далекої» (Відень, 1915. — 64 с.) також домінує філософсько-соціальна проблематика. Поема «Мойсей безумний», вміщена в однойменній збірці (Львів, 1914. — 79 с.), стала спробою автора віднайти зміст істинного людського поклонання, сенсу життя. Прообразом Мойсея у поемі виступає І. Франко.

Після опублікування цих збірок М. Голубець займався перекладацькою діяльністю, дещо віддаляючись від поетичної творчості, хоча його поезії ще довго заповнювали сторінки галицьких газет, журналів, альманахів. Знайомлячись зі світовою літературою, молодий дослідник проявив ініціативу та здійснив вартісні переклади іноземних творів, зокрема окремі роботи Г. Гауптмана («Затоплений дзвін», два видання), Г. Ібсена («Бранд», «Пер Гюнт»), уривок з п'ятої дії «Фауста» Й.-В. Гете, «Пантрис» Г. Гардта, «Падуанська графиня» О. Вайльда (опублікована у кількох номерах журналу «Життя та мистецтво», який виходив у 1920 р.) та ін.

Розпочавши творчий шлях як поет-прозаїк, М. Голубець з часом сформувався як публіцист та науковець. Впродовж з 1919 до 1941 рр. він видавав та редагував понад 14 періодичних видань, активно заповнюючи їх своїми статтями, дослідженнями, розвідками на різну тематику. Серед основних журналів, газет, альманахів, до виходу в світ яких був

причетний М. Голубець, можна назвати наступні: «Життя та мистецтво» (1920 р.), «Маски» (1923 р.), «Неділя», «Нове слово», «Українське мистецтво», «Час», «Світ», «Шляхи», «Наш прапор», «Новий час», «Наші дні» та ін. Також М. Голубець співпрацював у газеті «Діло», активно дописував до часописів «Волинська неділя», «Жало», «Наш рідний край», «Учительський альманах», «Терем», «Громадська думка», «Ілюстрована Україна», «Українське слово», «Вперед», «Стара Україна», «Українська думка».

Тривалий час М. Голубець співпрацював у видавничому центрі І. Тиктора, де редагував серію книг, яка виходила у світ під назвою «Українська бібліотека».

Будучи уже поважним журналістом, М. Голубець все частіше починає пов'язувати свою роботу з науковими дослідженнями. Плідно працював він у галузі історії українського мистецтва. Відомі його дослідження «Українське мистецтво. Вступ до історії» (1918 р.), «Українське малярство XVI–XVII під покровом Ставропігії» (1920 р.), «Галицьке малярство» (1926 р.), «Український килим» (1936 р.) та ін.

Перу М. Голубця належать книги і статі про українських художників, починаючи від Аліпія і Петра Рутенського та закінчуючи своїми сучасниками — Олексом Новаківським, Модестом Сосенком, Оленою Кульчицькою, Павлом Ковжуном, Олександром Архипенком та іншими.

Проте М. Голубець — мистецтвознавець, публіцист не поступався перед М. Голубцем — краєзнавцем та істориком. З 1927 р. він починає публікувати свої краєзнавчі дослідження з історії галицьких міст та рідного Львова. Одна за одною виходять в світ книги «Теребовля», «Безл–Буськ–Звенигород», «З історії міста Сокаля», «Перемишль», «Княжий Галич». Частину досліджень М. Голубець публікував у періодичних виданнях, зокрема у 1934 р. в тижневику «Новий час» було опубліковано серію статей про Станиславів (сучасний Івано-Франківськ).

До кожного свого краєзнавчого дослідження автор робить інтригуючий вступ, що змушує читача перегортати сторінку за сторінкою. Після короткої довідки про сучасний стан, розташування та наукове дослідження історії міста, автор поринає в минуле, в часи його заснування, характеризує топографію того часу і подає детальний опис політичного, соціального та культурного розвитку древнього града.

Рік за роком, століття за століттям дослідник розповідає про важливі події в історії кожного містечка, відображує їх в контексті загальноукраїнських та світових подій, демонструє вплив української громади на соціальне становище міст і т. д.

Особливу увагу М. Голубець приділяє опису визначних архітектурних споруд містечок. Лаконічно говорить про їх історію, функціональне призначення та сучасний стан. Як правило, всі свої дослідження автор супроводжує наочним ілюстративним матеріалом. Особливо важливими є його дослідження з огляду не те, що він описував сучасний йому стан та уклад містечок міжвоєнного періоду, а друга світова війна значно змінила топографію краю. Тому на папері зафіксовано цінні факти, які зберегли автентичні реалії довоєнного часу.

Однією з найулюбленіших ланок історико-архівних досліджень для М. Голубця було львовознавство в усіх його проявах. Сліди минулого пересувалися щоденно перед його очима у рідному місті, і, мимоволі, вивчаючи одну пам'ятку давнини за іншою, з'являлися науково обгрунтовані історичні розвідки та дослідження. Так поступово М. Голубець став істориком Львова.

Однією з найцікавіших і новаторських на той час була праця «Львів. Провідник», що умовно складається з двох основних розділів: Історія Львова від найдавніших часів та власне сам «Провідник» [3].

Перша, велика за обсягом і багата за змістом та ілюстраціями частина, знайомить читача з архітектурним обличчям Львова. У коротенькому вступі автор описує ключові

архітектурні пам'ятки окремих епох, створюючи таким чином тло для детального опису історії та культури міста.

Княжий Львів — так називає дослідник розділ роботи, в якому подає історичну довідку про обставини заснування міста, аргументуючи їх археологічними знахідками. Ряд наступних розділів описують львівську архітектуру в історико-краєзнавчому розрізі — починаючи від найдавніших церков, монастирів та костелів, закінчуючи околицями та сучасними вулицями міста.

Окремі розділи присвячено політичній історії Львова, воєнним перипетіям 1918–1919 рр., активним учасником яких був сам автор. Історична частина завершується подіями 1919 р., коли основні позиції у Княжому граді було втрачено разом з надією на швидке відродження українського Львова.

Дуже цікавою є друга частина книги — Провідник по Львову. Порівняно з першою, ця частина коротша за обсягом, проте багата корисною інформацією. За її даними жителі та гості міста могли без труднощів знайти основні міські, громадські та культурні установи. Зокрема знаходимо в переліку бібліотеки, музеї, театри, інші культурно-освітні інституції, професійні організації, крамниці, лікарні, адвокатські контори та багато іншого. Перелічені установи часто представлені в путівнику приватними особами, тому ця інформація може стати в пригоді дослідникам соціально-економічної історії міста.

Загалом книга «Львів. Провідник» є досить цікавою, змістовною, відзначається оригінальною композицією. Однак, на жаль, дане дослідження є маловідоме, навіть дослідникам історії Львова, тому вимагає належної фахової оцінки.

Чимало публікацій М. Голубець присвятив окремим віхам історії міста. Зокрема в праці «Слідами Хмельницького по Львові» (1928 р.) [4] аналізуються всі відомості про час перебування гетьмана у місті. Приступаючи до опису та аналізу подій, пов'язаних із облогою міста, М. Голубець подає історіографічну оцінку діяльності Б. Хмельницького і його ролі в історії України. Незважаючи на те, що вже зроблено «цінні причинки» і аналіз окремих моментів воєнно-стратегічної і політичної «творчості» Хмельницького, автор стверджує, що українські дослідники ще не розробили «синтези», яка б змогла наблизити великого гетьмана до сучасної автору української умовності.

Різні аспекти історії рідного міста М. Голубець висвітлював у періодичних виданнях. Серед найцікавіших статей можна назвати такі: «З життя українського жіноцтва у старому Львові», «Жіночі монастирі у старому Львові», «Клейноди княжого Львова», «Архітектура старого Львова», «Пожежа у Львові 1527 р.» та багато інших.

Описуючи період «Весни народів», дослідник відтворює динаміку подій і настрої суспільства на фоні Львова. Відтворює епізоди з життя міста та саме місто у вихорі революційного запалу.

Демонструючи свій хист документаліста в історичних нарисах «Гей, видно село», «Рік грози і надій: 1914 р.», «Вчорашня легенда» М. Голубець фіксує історичні моменти Львова, визначні та маловідомі сторінки з його життя. У книгах поряд із філософсько-аналітичними роздумами міститься багато біографічно-фактологічного матеріалу, пов'язаного із зародженням та розвитком січового стрілецтва.

Також М. Голубець художньо опрацьовував історичні теми, використовуючи свій хист письменника-белетриста. Зокрема побачили світ історична повість «Жовті Води», нарис «Плем'я Чингісхана: Хроніка XII в».

Незавершеним залишився грандіозний задум автора — написати історію українського лицарства як суспільного стану, супроводивши його алфавітним довідником. Автор виконав клопітку науково-аналітичну роботу і зумів сказати переконливе слово про старовинні українські роди та колонізаційні процеси польського уряду. Проте з друку вийшла лише перша словникова частина під назвою «Золота книга українського лицарства» (Львів, 1939).

Підсумком історичних досягнень М. Голубця можна вважати «Велику історію України» (1935 р.), видану у центрі І. Тиктора з передмовою І. Крип'якевича. Книга гарно ілюстрована, написана доступною мовою та охоплює події української історії від давнини до 1923 р.

Дослідники, переглядаючи творчу спадщину, написану пером М. Голубця, висловлюють жаль, чому така талановита одиниця не спрямувала всіх своїх природних задатків, щоб написати велику монографічну працю, яка би закарбувала його ім'я назавжди в пам'яті українського народу, поставила б його в один ряд з визначними творцями епохи. Проте, як пише його сучасник, хто знав обставини, серед яких доводилося працювати галицьким журналістам, той матиме ясну відповідь, чому М. Голубець не здійснив тієї і йому такої близької мрії. Він був завжди там, де треба було заповнити якусь прогалину, відгукувався на всі потреби часу, що хвилювали або повинні були б хвилювати суспільство. І, знаючи свої сили, він писав, не дбаючи про те, чи матиме це «тривку вартість» [13:5].

Саме тому, маючи масу наукових амбіцій і планів, будучи працівником Львівського міського архіву, М. Голубець не забував про громадське життя міста. З вересня 1939 р. він пристосовується до нового ладу в Галичині і стає в проводі культурного та мистецького життя Львова. З його ініціативи створюється Літературно-мистецький клуб. М. Голубець з головою поринає у відновлення духовного життя міста. Але вже кілька місяців опісля, немов відчуючи швидку смерть, знову з головою поринає в архівно-дослідну роботу і до кінця життя цілими днями просиджує у своїй робітні кустоса Львівського міського архіву, а по ночах працює вдома.

Хоча сучасники пишуть, що М. Голубцеві було затісно у рамках галицько-львівського життя, однак весь свій талант він покладав на дослідження рідного краю та збагачення його культурного життя. Він відгукувався на всі актуальні та болючі питання часу, при потребі звертався до історичних першоджерел, аби аргументовано обґрунтувати свою думку. У статтях він намагався доносити живе слово до української громади, зміцнювати її патріотичний дух, навіть після краху сподівань в 1919 р. Він вірив і мріяв в українське майбутнє, щодня прикладав для цього всі свої сили, невтомно працюючи на історичній та публіцистичній ниві.

Дуже багато задумів та наукових напрацювань М. Голубець не зміг реалізувати через важку хворобу і швидку смерть.

Акцентуючи увагу на творчості М. Голубця — історика і краєзнавця — потрібно пам'ятати про його багатогранні мистецькі зацікавлення та журналістське покликання.

Отож, заслужене, проте забуте історією ім'я М. Голубця слід повертати з небуття, а науковий доробок відкрити для дослідників-українознавців.

### Література

1. Гнатів Я. Кам'яна Господиня або дитячі роки Миколи Голубця // Я. Гнатів Кам'яна Господиня. — Львів: Місіонер, 2001. — С. 13–53.
2. Головацький І. Дещо про Миколу Голубця // Літопис Червоної Калини. Історико-літературний часопис. — 1998. — № 16–18. — С. 383.
3. Голубець М. Львів. Провідник. — Львів, 1925. — 165 с.
4. Голубець М. Слідами Хмельницького по Львові. — Львів, 1928. — 24 с.
5. Гуцак І. В. Підхорунжий Микола Голубець — поет, мистецтвознавець, історик // І. В. Гуцак Плеяда заборонена, призабута. — Львів: Кобзар, 1998. — С. 148–164.
6. Довідник з історії України (А–Я) / За заг. ред. І. Підкови, Р. Шуста. — 2-ге вид., доопр. і доповн. — К.: Генеза, 2001. — С. 169.
7. Енциклопедія історії України: У 5 т. / Т. 2 Г–Д / Редкол.: В. А. Смолій та ін. — К.: Наук. думка, 2003. — Т. 2. — С. 148–149.

- 
8. Енциклопедія українознавства: Словникова частина / За ред. В. Кубійовича. — Львів, 1993. — Т. 2: Перевидання в Україні. — С. 408.
  9. Качкан В. А. З етнокультурного поля Миколи Голубця // Українська періодика: історія і сучасність / Доп. та повід. Третьої Всеукр. наук.-теорет. конф. 22-23 грудня 1995 р.; Ред. кол.: М. М. Романюк та ін. — Львів, 1995. — С. 214.
  10. Качкан В. А. На самоті родиться біль і терпіне... (Культурологічний пласт Миколи Голубця) // Качкан В. А. Українське народознавство в іменах: У 2 ч. Ч. 2. Навч. посібник. — К.: Либідь, 1995. — С. 220.
  11. Микола Голубець // Львівські вісті. — 1942. — 21 травня. — С. 3.
  12. Похорони Миколи Голубця // Львівські вісті. — 1942. — 27 травня. — С. 3.
  13. Рудницький М. Невтомний робітник пера // Львівські вісті. — 1942. — 23–26 травня. — С. 5.
  14. Українська журналістика в іменах / За ред. М. М. Романюка. — Львів, 1995. — Вип. II. — С. 64.
-



Луців Н. В.

## ВИРОБИ НАРОДНИХ ХУДОЖНІХ ПРОМИСЛІВ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

*У статті розглядається асортимент виробів народних художніх промислів, характерних для Прикарпаття, та висвітлюється їх роль у розвитку туристичного бізнесу України, зокрема сільського туризму.*

Однією із складових туристичного бізнесу є товар. Відвідуючи різні країни та куточки світу, туристи намагаються придбати часточку цієї місцевості, те, що пізніше буде нагадувати їм про здійснену мандрівку. Такими товарами і є товари народних художніх промислів, багато з яких в нашій країні є унікальними мистецькими шедеврами.

Народні промисли і ремесла є одним з чинників, які допомагають людям усвідомити свою приналежність до певного культурного, ментального середовища. Безперервний поступ буття народу України ґрунтується на збереженні, тільки йому властивих рис, які вирізняють його з культурного загалу європейської цивілізації. Саме тому надзвичайно важливо не тільки зберегти і продовжити ті унікальні паростки народної творчості, які живлять душу нації з давніх-давен, а й ознайомити з ними якнайбільше людей, зокрема зарубіжних туристів. Адже таким чином можна рекламувати Україну як державу в світі та її туристичні можливості.

Народні художні промисли відомі у всіх країнах світу. В Україні вони є в усіх областях. Найбільш відомі українські народні художні промисли — полтавська вишивка, кролевецьке ткацтво, решетилівське килимарство, косівська та опішнянська кераміка, гуцульське різьблення на дереві, петриківський розпис тощо.

Народне мистецтво Прикарпаття найбільш виразно характеризує етнокультуру західного регіону України. Дивовижна і велична природа цього краю з прадавніх часів сформувала особливий світогляд тутешніх українців, вплинула на їх естетичний смак та зумовила розвиток різноманітних художніх промислів і ремесел, сприяла появі талановитих майстрів та художників. Густі ліси дають народним майстрам деревину для виготовлення предметів домашнього вжитку та виробів декоративно-прикладного мистецтва, родовища гончарних глин постачають сировину для розвитку мистецтва кераміки, заняття вівчарством забезпечує вовну і шкіру. В руках талановитих майстрів навіть овечий сир перетворюється на матеріал для ліплення іграшок [2].

Перлиною Прикарпаття є Гуцульщина, де найбільше збереглися самобутні традиції народного мистецтва. Сьогодні роботи умілих гуцульських різьбярів, косівська кераміка, космацькі писанки, яворівські ліжники відомі на весь світ.

Приваблива косівська кераміка вирізняється світлим колоритом, яскравим розписом, витягнутими пропорціями. Косівські різьблені вироби відзначаються особливо витонченим «сухим» різьбленням та різьбленням у сполученні з інкрустацією перламутром, металом, бісером. У Яворові започаткований унікальний вид народних художніх промислів — ліжникарство. Пухнасті, виготовлені з чистої овечої вовни ліжники-покривала з чітким графічним малюнком виконують практичну та декоративну функцію. Село Верховина славиться давньою технікою інкрустації різьблених виробів рогом та металом, у селі Космачі шиють національний одяг і чудово вишивають яскравими кольорами: жовтим, червоним, оранжевим, коричневим, зеленим. Космацькі писанки за своєю композицією, мініатюрним малюнком та золотисто-жовтими теплими кольорами вважаються одними з найкращих.

Славиться своїми виробами народних художніх промислів і Львівщина. Так, особливою є знаменита чорна кераміка Гавареччини, що в Золочівському районі. Чорну чи сіро-сріблясту (колір залежить від вмісту заліза в глині, з якої виготовляють вироби

та ступеню герметизації печі, в якій їх випалюють) лисковану кераміку відрізняє особлива краса силуетних ліній, тонкий графічний рисунок переважно геометричного орнаменту, позначеного легким блиском на матовій поверхні черепка. Сьогодні поряд з традиційними мисками, макітрами, глеками та горщиками гаварецькі майстри виготовляють чайні та кофейні сервізи, джезви, тарелі, підсвічники, іграшки, попільнички тощо. На даний час виробництво чорнодимленої кераміки продовжують майстри Є. М. Бакусевич, Б. М. Бакусевич та В. Вислинський [3].

Відомим на Львівщині осередком розписної кераміки є Сокаль. Візерунок на сокальських виробках гравірується на вкритій білим ангобом поверхні і розписується зеленою, жовтою та фіолетовою поливами.

Львівщина може пишатися також багатством та різноманітністю вишиваної спадщини. За характерними кольоровими сполученнями та специфічним орнаментом впізнається вишивка Сокальщини, Бойківщини, Яворівщини і навіть окремих сіл. Для городоцької вишивки характерним є застосування різних технік для візерунків різних типів, використання червоного кольору з малим вкрапленням білих, темно-синіх та чорних ниток. Для Яворівщини характерні вишивка лляними небіленими нитками технікою стебнівки або кольоровою гладдю орнаменту із барвистих квітів. На Львівщині діють вишивальні художньо-промислові підприємства: Львівська фабрика художніх виробів ім. Лесі Українки, Сколівська фабрика сувенірно-художніх виробів. А рушники львівської майстрині О. Возниці — справжні твори монументального характеру. На широких полотнищах в обох кінцях вишиті ряди орнаментальних візерунків, обрамлені мережаними смугами. При завершенні вив'язані візерунчасті сіточки типу макраме з великими, густими, колористично продуманими елементами, що надає рушникам художньої неповторності [1].

У доробку галицьких майстринь вишивки сотні віднайдених, збережених та професійно відтворених зразків орнаментів та вишивок із багатьох районів Львівської області. Не менш відома і багата традиціями українська сакральна вишивка. Яскравим прикладом цього є витончені гаптовані художньою гладдю ікони І. Івасенко та М. Новицької, розшиті бісером образи О. Іваночко.

Зберігся в Галичині дуже популярний свого часу національний український одяг з традиційним оздобленням та орнаментуванням. Велика заслуга в популяризації та відтворенні жіночих свит, сердаків та дитячих кептариків майстрині Я. Заневчик. Одяг, створений її руками, можна побачити та розпізнати в багатьох країнах світу.

Не менш відомим і шанованим в Галичині є писанкарство. На писанках Прикарпаття переважає геометричний орнамент, за винятком північно-західної Львівщини, де домінує рослинний орнамент на чорному тлі. На півдні Львівщини зустрічається зелене або кавове тло писанок. Для писанок Прикарпаття характерна загальна подрібненість геометричного малюнка. В кольорах перевага належить червоному, чорному і жовтому. В орнаменти вводяться схематичні зображення архітектурних споруд та контурні зображення коней, оленів, пташок. Тут переважають смуги та розети на темно-червоному або чорному тлі. Окрім того, що кожний район та навіть кожний майстер має свою характерну писанкарську мову, існує ще й багато технік прикрашання та декору великоднього яйця. Бісером та воском, писальцем та шпилькою створюють свої маленькі дива львівські майстри М. Станкевич, З. Григорійчук, Г. Тимофтевич, М. Горбунова та інші.

За роки незалежності України значно зросла роль держави у розвитку народних художніх промислів. Правові, організаційні та економічні відносини у галузі народних художніх промислів регулюються законом «Про народні художні промисли», в якому зазначено, що держава розробляє програми охорони, відродження, збереження і розвитку народних художніх промислів, сприяє здійсненню інвестиційних проектів у галузі народних промислів та пропаганді народних художніх промислів в Україні та за її межами за допо-

могою організацій виставок, конкурсів, аукціонів, галерей народного мистецтва та у засобах масової інформації. І певні кроки в цьому напрямку робляться.

У травні 2005 року у Львові відбувся фестиваль народного промислу, організований Львівською галереєю «Равлик» та музеєм «Шевченківський гай». До Шевченківського гаю з'їхалися майстри з Львівської, Тернопільської, Хмельницької, Миколаївської, Харківської областей і протягом декількох днів демонстрували та продавали свої вироби з кераміки, дерева, шкіри, а також навчали всіх охочих гончарному ремеслу. Львів'яни мали змогу побачити унікальні речі, які виготовляють лише в певному регіоні.

Влітку 2005 року, на Купальські свята, в Києві на Співочому полі відбувся Міжнародний етнофестиваль «Країна мрій», в програмі якого крім музичного фольклорного дійства було проведення ярмарки-майстерні народних промислів. Майстри зі своїми облаштунками (ковалі, різьба по дереву, плетіння з лози, вишивання, ткацтво, виготовлення старовинних музичних інструментів тощо), працюючи в реальному часі над своїми творіннями, продемонстрували спостерігачам, як народжується неповторний витвір людського розуму та фантазії. Поруч проходив продаж виготовлених виробів цих майстрів, художників та ремісників.

Щорічними є Всеукраїнська виставка-ярмарок сільського туризму «Українське село запрошує», що відбувається на території Музею архітектури та побуту України неподалік від Києва та Сорочинський ярмарок на Полтавщині, в рамках яких відбуваються демонстрація та продаж виробів народних художніх промислів.

У законі України «Про туризм» чільне місце відведено й сільському туризму, який надає змогу познайомитись з укладом життя сільського населення, його традиціям, народними промислами тощо. Сьогодні сільський туризм досить динамічно розвивається у всіх регіонах України. Особливо велика увага сільському туризму надається на Івано-Франківщині, Львівщині, Полтавщині, Херсонщині, Харківщині.

На українському ринку туристичних послуг на сільський туризм припадає близько 15 %. З огляду на можливості це не дуже багато, а з огляду на те, яким цей відсоток був донедавна, то, зрозуміло, прогрес тут відчутний.

Велика роль сільського туризму у популяризації народних художніх промислів. Адже різні виставки, фестивалі та ярмарки народних промислів відбуваються час від часу і зосереджені переважно у великих містах. І тут в Україні є величезний потенціал. Потрібно не тільки розширювати мережу крамниць народних художніх промислів, де б туристи могли придбати на згадку про Україну оригінальні сувеніри, створені народними умільцями, але й сприяти безпосередньому контакту туриста та виробника. В цьому Україна може перейняти досвід інших країн, коли в спеціалізованому магазині працює майстер, який виготовляє вироби на очах туристів, розповідає про певні особливості роботи з тим чи іншим матеріалом. Це спонукає туристів придбати щось в магазині. Доцільно також включати до програм популярних туристичних маршрутів (наприклад, «Золота підкова» замками Львівщини) відвідання осередків народних промислів.

Таким чином, розвиток народних промислів в Україні може сприяти розвитку туристичної галузі, зокрема сільського туризму, збільшенню кількості туристів та знайомити вітчизняних і закордонних туристів з культурними традиціями нашої країни та окремих її регіонів. Крім того, народні художні промисли можуть виконувати функцію не тільки пізнавальну, а й соціальну, залучаючи до роботи чимало людей працездатного віку.

### Література

1. Стефанюк Є. М., Полікарпов І. С. Вироби народних промислів України. — К.: Укоопосвіта, 2002. — 470 с.
2. Герус Л. М. Українська народна іграшка. — Львів: Афіша, 2004. — 260 с.
3. Симкович Н. М., Сафронова О. В., Уська А. М. Чорна кераміка Гавареччини // Вісник Львівської комерційної академії. Випуск 5. — Львів, 2002. — С. 25–27.

Сокіл Н. В.

**ТОПОНІМИ ЯК ВАЖЛИВЕ ДЖЕРЕЛО ДЛЯ ФОРМУВАННЯ  
СВІТОГЛЯДУ ТУРИСТА-КРАЄЗНАВЦЯ  
(за матеріалами с. Тухлі та повісті І. Франка «Захар Беркут»)**

*Для краєзнавця-туриста важливе місце у пізнавальному процесі відіграють топоніми. Вони є тими джерелами, що промовляють про кожне село, «оживляють» кожну гору, вершину, камінь, стежку тощо, оскільки до них прив'язується певна історія, переказ. Вони важливі для розуміння народного світогляду. На цю особливість звернув увагу І. Франко, увівши в канву своєї історичної повісті «Захар Беркут» чимало мікротопонімів Тухольщини.*

Мікротопоніми — власні імена природних фізико-географічних об'єктів — мають порівняно вузьку сферу вживання, оскільки вони функціонують лише в межах мікротериторії, відомі невеликому колу людей, які живуть поблизу названого мікрооб'єкта [13: 83]. Мікротопонімія України належить до маловивченого класу онімів, адже вона тривалий час не була предметом системних наукових студій. У той же час, ці власні назви заслуговують на увагу хоча би з тієї причини, що відносяться до давніх мовних пам'яток і зберігають у своїй структурі відомості про різночасові елементи.

Мікротопоніми як дослідний матеріал цікавили багатьох учених ще на початку ХХ ст. Так, у 1907 році В. Гнатюк та І. Франко розробили й опублікували «Квестіонар для збирання місцевих переказів», звернувши при цьому увагу на істотну роль місцевих назв та їх народного тлумачення. У питальнику вони наголосили на важливості відповідних назв для історико-філологічних студій: «У нашім краю нема такого села і такого кута, ліса, болота, озера чи потока, щоб з ним не в'язалася якась назва і якесь тлумачення тої назви. Зібрання і списання тих локальних місцевих назв і їх народних тлумачень може кинути багато світла і на розвій нашої народної душі та психології, і на минувшину поодиноких сіл та місцевостей» [18:1]. Про велике зацікавлення ономастикою свідчить також стаття Івана Франка «Причинки до української ономастики» [21], яка присвячена дослідженню української антропонімії.

Твори Івана Франка — перлини культури українського народу, у яких майстерно відображено життя людей. Автор зберігає мовну автентичність персонажів, передає усе багатство і колорити діалектів. «Кожна літературна мова доти жива і здібна до життя, доки має можливість, з одного боку, всисати в себе всі культурні елементи сучасності, значить, збагачуватися новими термінами та висловами, відповідними до прогресу сучасної цивілізації, не тратячи при тім свого основного типу і не переходячи в жаргон якоїсь спеціальної верстви чи купи людей, а з другого боку, доки має тенденцію збагачуватися чимраз новими елементами з питомого народного життя і з відмін та діалектів народного говору» [20: 207]. Особливу увагу Іван Франко присвятив рідному бойківському говору. «Саме бойківськими говірками, — зазначала Я. Закревська, — письменник цікавився усе своє творче життя, звертаючи увагу на визначення їх меж, шляхи формування і, найважливіше, на збирання фольклорного і діалектного фактичного матеріалу» [6: 655].

Вивчення лексичного складу творів письменників, а особливо власних одиниць, останнім часом займає вагоме місце в українській мовознавчій науці. Ю. Карпенко зазначив, що «чим талановитіший, чим глибший письменник, тим більше його захоплює робота з власними назвами — їх адекватний добір чи створення своїх власних онімічних неологізмів» [8: 76]. Безперечно, власні назви у тексті є поєднанням зовнішніх і внутрішніх факторів, а також мають певний семантичний код.

Пропонована стаття присвячена вивченню мікротопонімів у повісті Івана Франка «Захар Беркут». Топоніми в художньому тексті цікаві як маркери простору, в якому відбу-

ваються реальні або вигадані автором події. Хочеться зробити акцент на мікротопонімах, використаних у творі, з'ясувати їхню реальність чи вигаданість, основну базу творення. Проте літературні оніми, які мають реальне підґрунтя, часто бувають переосмислені творчою свідомістю автора. Зупинимось детальніше на онімах і на народних географічних термінах, якими насичений досліджуваний твір, адже географічні терміни відіграють домінуючу роль при творенні мікротопонімів.

У передмові до твору «Захар Беркут» І. Франко зазначив: «Дійові особи зрештою видумані, місцевість списана по можності вірно» [19:7]. Тобто загалом топонімний опис місцевості автор здійснив у реальних рисах, проте в деталях він дозволяв собі доповнювати скупиий історичний скелет поетичною фікцією [19:7].

У повісті «Захар Беркут» виявлено одинадцять найпримітніших мікротопонімів (Зелем'янка, Ясна поляна, Сторож, Медведяче леговище, Запала долина, Бескид, Стрийська долина, Тухольський шлях, Тухольський потік, Тухольська долина, Тухольська тіснина). Останні п'ять онімів на час написання твору, мабуть, швидше були описовими назвами, ніж мікротопонімами у сучасному розумінні, хоча на сьогодні назви такого плану мають статус топоніма.

Мікрооб'єкт — камінь Сторож — І. Франко у творі описав так: «А перед самим проходом стояв насторч величезний кам'яний стовп, у споду геть підмитий водою і для того тонший, а вгорі немов головатий, оброслий папоротю та карлуватими берізками. Се був широко звисний Сторож, котрий, бачилось, пильнував входу в тухольську долину і готов був упасти на кожного, хто в ворожій цілі вдирався б до сього тихого, щасливого закутка» [19:33]. Варто зазначити, що І. Франко і в інших творах описує сторожові камені, не називаючи їх при цьому власними назвами, але, ідентифікуючи з високою скелею, яка «стрілкою стіною бовдуриться над самим закрутом ріки, а головатим вершком, зеленим від моху і папоротів, роззирається по околишніх горах» [22:155]. Фраза «роззирається по околишніх горах» має тут семантичне навантаження «сторожувати», тобто «стежити за безпекою когось, чого-небудь, охороняти, стерегти когось, щось» [16:734]. «Сторожову» семантику топонімії Карпат розглянув у своєму доробку Б. Ляшук. Автор зазначив, що «топоніми на перевальних транскарпатських шляхах вказують на свої давні сторожові, оборонні функції, передусім на ключових, вхідних («ворота в Карпати»), ділянках» [10:53]. Б. Ляшук згадує і тіснину Тухольські Ворота, яка «закриває шлях до Опору» [10:53]. У повісті згаданого топоніма немає, проте часто фіксується сполука тухольська тіснина, яка, на нашу думку, вживається на позначення того самого об'єкта.

Образ Сторожа-велетня у творі має велике психологічне навантаження. Він проходить наскрізною ниткою крізь увесь твір, уособлюючи силу, мужність і відважність тухольців. Символ Сторожа є тим оберегом, який відлякує негативну енергію нападників. Для більшого емоційного впливу автор увів у твір легенду про Сторожа, яка є літературним домислом, оскільки, як вважає фольклорист В. Сокіл, такої легенди серед мешканців Тухлі не виявлено [17:76].

Безперечно, територія сучасної Тухлі не ідентична за розташуванням з місцевістю, описаною у творі. Сам автор зазначив: «Стародавнє село Тухля — се була велика гірська оселя з двома чи трьома присілками, всього коло півтори тисячі душ. Село й присілки лежали не там, де лежить теперішня Тухля, але геть вище серед гір, у просторій подовжній долині, що тепер поросла лісом і зветься Запалою долиною» [19:25]. За сучасними свідченнями «давніша Тухля знаходилася над потоком Зелем'янка в Черенищу. Тепер там ніхто не живе. На те місце, де тепер, люди переселилися під час нападу монголів, а в старих місцях (де до того було село) тепер сінокоси тухлян» [5:10–11].

І. Франко вказує, що життя народу кипіло, вирувало «у стіп могутнього Зелем'янка» [19:10]. Як відомо, Зелем'янка (гора), Зелем'янка (потік) розташовані на території сучасного села Гребенів, що сусідує з Тухлею. М. Кордуба на початку ХХ ст. у «Матеріалах до

географічного словника Буковини і Галичини» зафіксував у Гребенів назву Зелем'янка, на позначення орографічних та гідрографічних об'єктів, а також частину села На Зелем'янці [9:311]. Дані поземельних кадастрів кінця XVIII — початку XIX ст. також фіксують назву Зелем'янка у с. Гребенів [7:24, 23:23].

Територію, де було розташоване Медведяче леговище, І. Франко окреслив: «Медведяче леговище — то був високий, тільки від південного боку доступний горб, покритий грубесними буками й смереками, завалений вивертами й ломами» [19:15]. Таким чином, відповідний онім уживається тут для позначення орографічного об'єкта — горба. Назва за структурою двокомпонентна, де опорним є діалектний апелятив леговище — те саме, що лігво — «заглиблення або інше місце в землі, де живе тварина» [16:508]. Цікаво, що аналогічна семантика збереглася і на Гуцульщині [4:110], а на Бойківщині леговище — місце ночівлі худоби на полонині [12:406]. Точно не можна вказати, чи згаданий онім реальний, чи поетична фікція. В сучасному мікротопоніміконі села Тухлі вживаються такі мікротопоніми як Медвіцьке (орне поле, сінокіс), Медвіцький (ліс, потік), Медвеже (берег). На жаль, в історичних описах назв з аналізованою мотивувальною основою не виявлено. Проте за сучасними свідченнями припускаємо, що досліджуваний літературний онім може бути своєрідною контамінацією реального і поетичного домислу, оскільки в бойківському говорі леговище — це насамперед місце для худоби.

Топонім Бескид у творі вживається на позначення гори і властивий карпатському регіону. Семантика відповідного апелятива — «узгір'я, гірський хребет» [15:18]. М. Онишкевич визначає Бескид суто як власну назву [12:50]. Цікаво, що С. Грабець у своєму монографічному дослідженні взагалі не подає орографічний термін бескид [24], хоча на Гуцульщині відповідний апелятив бескид вживається зі значенням «недоступна стрімка вершина» [4:24]. Є. Поспелов трактує бескид як пагорб, вершину, гірський хребет [14:25]. Т. Марусенко досліджуваний ГТ подає зі значенням «гірський хребет», «скелястий гірський ланцюг», «ліс» [11:217]. На досліджуваній території бескид насамперед означає гірський хребет, що підтверджує власна назва Сколівські Бескиди.

У творі Іван Франко так зобразив Ясну поляну: «Була се простора поляна, похилена трохи на полудень, а від півночі замкнена стрімкою скалою м'якого карпатського лупаку. Величезні смереки окружали поляну впівокруг від сходу, полудня й заходу, так що сонце тільки на найвищій вершці полудневого стояння могло зазирнути до неї» [19: 121]. Об'єкт Запалу долину письменник зумів змалювати у всіх його географічних характеристиках: «Простягаючись звиш півмилі вздовж, а мало що не чверть милі в ширину, рівна й намулиста, обведена з усіх боків стрімкими скалистими стінами, високими декуди на три або й чотири сажні, долина тота була немов величезним котлом, із якого вилито воду» [19:25]. Мікротопоніми Ясна поляна і Запала долина з лінгвістичного погляду — дволексемні сполуки, де опорними денотатами є номенклатурні терміни поляна і долина. У топонімії відповідні географічні апелятиви найчастіше означають «долина, низина, поділ» [15:20]; «поле вздовж гір чи лісів» [15:28]; «гірська рівнина, пасовище», «підвищений луг» [11:244]. Особливого трактування такі назви не потребують, оскільки з етимологічної точки зору вони прозорі.

Крім топонімів, у досліджуваній історичній повісті зафіксовано й гідроніми, наприклад, Стрий, Опір, Яік, Волга, Дон, Дніпро. Останні оніми вжито для протиставлення вод потоку і цих могутніх рік: «Що ж ви, мужі чи коти, що так боїтеся тих кількох крапель води? Чи такі ж то ріки перебували ми? Що сей потік проти Яіка, і Волги, і Дону, і Дніпра? Не бійтеся, вода по кістки не здужає затопити вас!» [19:139].

Варто зазначити, що аналізований твір наскрізь насичений географічною термінологією, яка виступає важливою базою для творення багатьох мікротопонімів. Часто

«географічна термінологія тим цікава і цінна, що є творінням народного генія, результатом багатовікових спостережень наших пращурів над навколишньою природою, і не тільки спостережень, а й цілеспрямованого використання та зміни природних явищ на основі пізнання їх закономірностей» [1:42]. Виконувати функцію мікротопоніма чи входити до його складу може насамперед географічний термін. Він означає певну реалію, за якою закріплене географічне поняття. При цьому можуть вживатися і народні (місцеві) найменування, тобто діалектний номен апелятивної лексики на позначення географічної реалії [13:47]. Для мікротопонімії взагалі властиве явище онімізації апелятивів, при якому загальні назви переходять у власні.

Іван Франко описував краєвиди Карпатських гір, тому у творі часто згадується орографічна та гідрографічна номенклатура, що пов'язано з ландшафтними особливостями краю. Орографічна термінологія представлена такими одиницями: берег, гора, горб, дебря («стрімкий бік гори, провалля»; «узгір'я», «крутий, стрімкий бік гори, горба»; «глибокий яр, порослий лісом», «глибокий яр», «густий ліс»), долина, звір («глибокий яр (з водою)»; «дикє заросле місце»; «долина між тісно зімкнутими горами», «провалля», «великий непрохідний ліс з яругами й вертепами»), кітловина («долина круглої форми», «долинка на гірському пасовищі — «полонині»), луг, обрив, плай («стежка або дорога біля полонини, чи гірських лісів»; «рівне поле», «гірська стежка, дорога»; «широка стежинка, яка веде по гірському хребту», «дорога для кінної їзди»), полонина («відкрите, незаросле лісом рівне місце, гірський луг чи пасовище»), поляна, пригірок («пригірок, горб», «передгір'я»), пригір'я, скала, стежка, узбережжя, урвище.

Гідрографічна номенклатура репрезентована поодинокими зразками. Тут превалює побутування апелятива потік з різними означеннями: гірський, шумний, невеличкий, лісовий тощо. Окрім згаданої лексеми, вагому поетотворчу роль відіграють гідротерміни ріка, водопад. Варто зазначити, що у творі образ води має значне психологічне навантаження, оскільки вона виконує руйнівну функцію, тобто знищує ворогів. «Страшний шум водопаду, від котрого аж земля дриготіла, звіщав, що вода прибула велика. Каламутним валом котилися від водопаду величезні хвилі; ціла поверхня широкого озера збентежилася, покрилася піною. Замість чистого, спокійного дзеркала бушували тепер люті води, крутилися з шипотом вири, гойдалося і билосся в кам'яних берегах розбурхане море» [19:144]. За народними віруваннями, вода — найвеличніший дар неба, адже вона оживляє, робить плодючою землю. Проте ця стихія має й іншу магічну силу — змиває і топить напасті злих духів [2:83]. Власне з таким смисловим навантаженням виступає образ води у творі Івана Франка.

На сьогодні орографічні терміни берег, горб, долина, поляна, кітловина, луг; ріка, які часто вживає І. Франко у повісті, становлять мотивувальну базу мікротопонімів села Тухлі: Береги (кут села), Бережища (берег, кут села), Berezyca [7:40], Беріг (сінокіс), За Берегом (сінокіс), На Березі (орне поле); Горби (орне поле, сінокіс), На Горбі (орне поле), Na Gorbu [7:26], Горбок (орне поле), За Горбком (ліс), На Горбках (орне поле); Na Dolinie [7:31; 23:40], Кітлинки (сінокіс); Вишні Луги (орне поле), Поляна (орне поле, сінокіс), Pod Polana [7:48; 23:56], Полянки (урочище), Pod Polanky [7:131], Nad Rzyka [7:29; 23:37].

Історична повість І. Франка «Захар Беркут» глибоко вкоренилася у свідомості тухлян. Вона настільки запала в душу місцевих жителів, що на її основі створили власні легенди, іменами героїв назвали орографічні об'єкти. Так, гора Кичірка вже давно називається горою Захара Беркута. Її увіковічнює також дерев'яний постамент цього героя. Хоча Захар Беркут є літературним персонажем, однак люди вважають його реальним, кажучи, що жив він на горі Зелем'янці, а Тугар Вовк — на Товгарському. Безперечно, такі сучасні власні назви як Захар Беркут (гора), та Товгарський (полонина) виникли як новотвори під впливом твору Івана Франка.

Місця, де побував «вічний революціонер», тухляни назвали на його честь. Так, криницю, з якої пив воду І. Франко, іменують тепер Франкова Криниця. Біля цього гідрооб'єкта споруджене погруддя славному генію України, а також барельєф героїв його твору.

Таким чином, мікротопоніми у творі «Захар Беркут» часто мають реальну основу, проте деякі з них — художні новотвори, що мають певне смислове і символічне навантаження. Географічні терміни, які автор вживає у творі, і сьогодні перебувають в активному складі лексики бойків. Загалом досліджуваний твір є цінним джерелом для наукових студій як лінгвістів, так і географів та істориків.

### Література

1. *Беценко Т.* Етюди з топонімії Сумщини. — Суми: Собор, 2001. — 71 с.
2. *Войтович В.* Українська міфологія. — К.: Либідь, 2005. — 663 с.
3. *Грінченко Б.* Словарь української мови: В 4-х т. — К., 1907–1909.
4. *Гуцульські говірки: короткий словник.* — Львів, 1997. — 230 с.
5. *Дем'ян Г. В.* Тухля. Мікротопонімний опис // Топонімії матеріали. Бойківщина. Т. 6 / Збір. Г. Дем'ян // ВР ІМФЕ НАН України. — Ф. 14–5. — Од. зб. 466 д. — Арк. 191–323.
6. *Закревська Я.* Внесок Івана Франка у розвиток науки про українські діалекти // Іван Франко — письменник, мислитель, громадянин. — Львів: Світ, 1998. — С. 652–656.
7. *Йосифінська метрика* // ЦДІАЛ. — Ф. 19. — Оп. XVI. — Од. зб. 28. — 221 арк.; Од. зб. 29. — 91 арк.
8. *Карпенко Ю. О.* Про літературну ономастику: міркування на базі твору Ліни Костенко «Коротко — як діагноз» // *Linguistica slavica*. — К., 2002. — С. 75–83.
9. *Кордуба М.* Матеріали до географічного словника Буковини і галичини // Відділ рукописів Львівської наукової бібліотеки імені В. Стефаника. — Ф. 61. Спр. 3.
10. *Лячук Б. Ф.* «Сторожова» семантика топонімії Українських Карпат і Передкарпаття // Шоста республіканська ономастична конференція 4–6 грудня 1990 року. Тези доповідей і повідомлення. І. Теоретична та історична ономастика. Літературна ономастика. — Одеса, 1990. — С. 53–54.
11. *Марусенко Т. А.* Матеріали к словарю украинских географических апеллятивов (названия рельефов) // Полесье. Лингвистика. Археология. Топонимика. — М., 1968. — С. 206–255.
12. *Онишкевич М. Й.* Словник бойківських говірок. — К., 1984. — Ч. 1–2.
13. *Подольская Н.* Словарь русской ономастической терминологии. — М., 1988.
14. *Поспелов Е. М.* Географическая терминология в микротопонимии Восточных Карпат // Микротопонимия. — М., 1967. — С. 23–30.
15. *Рудницький Я.* Географічні назви Бойківщини // Українська Вільна Академія Наук. Серія: Назвознавство. — Ч. 23–24. — 1962. — 246 с.
16. *Словник української мови.* — К., 1970–1980. — Т. IV, IX.
17. *Сокіл В.* Фольклорні джерела повісті І. Я. Франка «Захар Беркут» // УМЛШ. — 1989. — № 9. — С. 74–76.
18. *Франко І., Гнатюк В.* Квестіонар для збирання місцевих переказів // Хроніка НТШ. — Львів, 1907 — № 32. — Вип. 4. — С. 1–18.
19. *Франко І.* Захар Беркут // Франко І. Збір. тв.: У 50-ти т. — К.: Наук. думка, 1978. — Т. 16. — С. 7–154.
20. *Франко І.* Літературна мова і діалекти // Збір. тв.: У 50-ти т. — К.: Наук. думка, 1982. — Т. 37. — С. 205–211.
21. *Франко І.* Причинки до української ономастики // Збір. тв.: У 50-ти т. — К.: Наук. думка, 1982. — Т. 36. — С. 391–426.
22. *Франко І.* Цигани // Франко І. Збір. тв.: У 50-ти т. — К.: Наук. думка, 1978. — Т. 16. — С. 155–166.
23. *Францисканська метрика* // ЦДІАЛ. — Ф. 20. — Оп. XVI. — Од. зб. 225. — 123 арк.; Од. зб. 207. — 55 арк.
24. *Hrabec S.* Nazwy geograficzne Huculszczyzny. — Kraków, 1950. — 264 s.



*Лепісевич П. М.*

## **БІЖЕНЦІ ТА ПРИМУСОВЕ ВИСЕЛЕННЯ УКРАЇНЦІВ ГАЛИЧИНИ В РОКИ ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ 1914–1916 РР.**

*У статті піднімається проблема українських біженців, подається аналіз причин репресій та передумов примусового виселення українців Галичини в роки I-ї світової війни 1914–1916 рр.*

Актуальність тематики примусового виселення українців Галичини у роки Першої світової війни зумовлена тим, що в історичній вертикалі це було щільно пов'язане з проблематикою національних і політичних прав українського народу, осмисленням проблем державотворення, побудови самостійного державного життя, викристалізовуванням самостійницько-соборницького постулату. Відтак йдеться про питання політичної структуралізації та демократизації суспільного життя в незалежній Україні, сприяння проведенню політики, яка б забезпечувала подальші демократично-правові процеси.

Метою пропонованої наукової розвідки є виявлення суті та детермінант досліджуваного явища, врахування яких може прислужитися сучасній державотворчій практиці. У зв'язку з цим постає завдання виявлення причин репресій, скерованих проти українців Галичини в окреслений період, передумов та характеру їх примусового виселення.

Дослідження побудоване, головним чином, на матеріалах, основу яких склали архівні матеріали щодо діяльності політеміграції в Австро-Угорщині, політичних процесів у Галичині періоду Першої світової війни, тогочасної суспільно-політичної ситуації в Буковині.

Швидке розгортання війни у світовому масштабі свідчило про значні геополітичні зміни та про розподіл сил у Європі. Українські політики, наскільки можливо, прагнули враховувати ситуацію, що склалася. Вони добре усвідомлювали, що проводити політику тільки декларуванням і заявляти про свою лояльність до держави, вже не достатньо, потрібно діяти. Тому 6 серпня 1914 р. у львівській газеті «Діло» було опубліковано звернення ГУР «До всього українського народу», у якому вперше проголошено необхідність утворювати полки з українських добровольців під назвою Українські Січові Стрільці (УСС). «Гряде великий час, вибила слухна хвилина! — йшлося у зверненні ГУР. — Тому кличемо до Тебе, Народе: До зброї! З оружжям в руці зміримося з віковичним нашим ворогом, з царизмом! З оружжям в руці постоїмо за наші права, честь і будучність!»

Головна Українська Рада як найвища українська політична установа об'єднала Січових та Сокільських Стрільців в одну Українську Бойову Управу, яка мала стати «одиноким старшиною» над майбутнім українським військом» [1. — 1914. — 6 серп.]. Водночас із відозвою ГУР направляла в усі повітові центри своїх комісарів, які на місцях мали провести відповідну агітацію та створити регіональні комітети для організаційного оформлення УСС. Такі дії українського політичного проводу, з одного боку, мали зменшити недовіру державної влади до українців, пригасити проросійські настрої та симпатії деякої частини галичан, а з іншого — максимально наблизити політику австро-угорського уряду до національних вимог українського народу. ГУР розраховувала не стільки на військові успіхи Січових Стрільців, скільки на політичні наслідки їхніх дій.

Українські політики розуміли, що участь УСС у війні проти Росії ставить українців між європейськими народами, які воюють, у рівні обов'язки й права та мусить впливати на ставлення до українців інших народів та держав. Вони сподівалися, що війна принесе національне визволення українському народові, хоча й окуплене кров'ю і життям найкращих синів і дочок Вітчизни. З цього приводу В. Темницький писав, що «ми народ, який не тільки має свою минувшину, але народ, що має волю бути народом і має силу бути народом» [2, 16]. Перші звернення та заклики ГУР і УБУ мали широкий відгук серед українців Галичини. У другій половині серпня на збірні пункти прибуло 28–30 тис. січовиків-добровольців.

Ініціатива українських політиків і масовий ентузіазм населення Східної Галичини у створенні легіону УСС застала віденські урядові кола зненацька. З одного боку, мати такий легіон у складі своїх збройних сил було, звичайно, бажаним для австро-угорського уряду, проте все було пов'язано з коштами, на які таку кількість вояків потрібно було озброїти, обмундирувати та прохарчувати. Занепокоєння як в австрійських військових, так і в політиків викликали й заяви січовиків на зразок: «Ми йдемо виборювати незалежну Україну, а не боронити Австрію» [3, 6].

Організація в перші місяці війни легіону УСС у Галичині та гуцульського куреня на Буковині змусила австрійські урядові кола змінити національну політику у вирішенні українського питання. Особливо не довіряючи українцям, офіційний Відень усе ж погодився на існування українських військових підрозділів, які мали більше політичне, ніж воєнне значення. Українські легіони були насамперед козирною картою в «національних іграх» українських політиків й австрійського уряду [4, 66].

ГУР, окрім формування легіону УСС, спрямувала критику на невинуваті репресії австрійської влади щодо українців, звинувачених у москвофільстві. У Відні добре знали про неоднорідність українського суспільства, а судові процеси 1914 р. у Львові, Марморош-Сигеті та Чернівцях продемонстрували справжні масштаби москвофільства. Тому, намагаючись уникнути «української зради» в тилу своїх військ, галицьке намісництво 8 серпня 1914 р., а Начальна Команда 15 серпня 1914 р. опублікували розпорядження про «превентивний (запобіжний) арешт політично підозрілих москвофілів» і ув'язнення їх у львівській тюрмі [4, 85].

Один з очевидців австрійських репресій В. Маковський так описав боротьбу з русофілами в Станиславові: «Розстріли не переводилися. З тим найбільше спішилися. Трескіт сальв у жахливому кутику смерті не вгавав — від ранку до ночі... Одинцем і групами, закованих і вільно, спроваджували з усіх сторін арештованих» [5, 79]. Особливо жорстокими були угорські військові частини. Вони всіх розглядали як шпигунів і за найменшої підозри арештовували і часто вішали [6; 158].

На Буковині репресії проводили під керівництвом коменданта жандармерії генерала Е. Фішера, якого після війни українці вимагали поставити перед судом за вчинені злочини проти населення [7, 297]. Наприклад, у селі Глибоке Серетського повіту австрійські жандарми заарештували та інтернували понад 150 селян, зокрема людей похилого віку, жінок і дітей, а чотирьох повісили на ліхтарних стовпах. Одного із повішених було покарано лише за те, що він пригощав російських солдатів молоком [8, оп. 1, спр. 4, арк. 15].

У хаосі перших військових поразок помилки під час арештів були звичайним явищем. Тому серед затриманих москвофілів опинилося багато австрофільськи налаштованих українців. 18 серпня 1914 р. ГУР відправила до галицького намісника В. Коритовського делегацію у складі М. Павлика, С. Барана, І. Кивелюка, В. Темницького, парламентських послів Л. Цегельського і К. Трильовського з вимогою «негайно усунути таке безправ'я» [9, 23]. Арешти серед українців набрали такого розмаху, що до неблагонадійних потрапляли навіть члени проавстрійськи зорієнтованих українських політичних партій. У цю справу мусив утрутитися міністр — президент К.Штюрк, який клопотав перед Верховним командуванням про звільнення депутата парламенту Т. Окуневського та групи українців. Водночас він закликав армійське командування у Львові та Чернівцях бути об'єктивними [10, 16–17].

До неблагонадійних, окрім українців, потрапляли також поляки, євреї, південні слов'яни. Для їх локалізації було створено кілька концентраційних таборів, серед яких виділявся своїми розмірами табір Таллергоф біля м. Граца в Австрії. Незважаючи на постійні протести та клопотання ГУР, кількість українців у таборах інтернованих постійно

зростала. На початку листопада 1914 р. у Таллергофі перебувало 5,7 тис. українців, Терезієнштадті (Богемія) — 890, Шварці (Тироль) — 40, у Нижній та Верхній Австрії утримували 20 інтернованих українців. Упродовж 30 місяців існування Таллергоф прийняв 4–10 тис. інтернованих, здебільшого це були українці зі східноавстрійських коронних країв [11, 119]. К.Левицький був змушений визнати, що «Таллергоф став символом Голгофи нашого народу з початком війни» [9, 76]. Українська трагедія, зрежисована австрійськими урядовцями, тривала аж до початку 1917 р. Щодо кількості загиблих у Таллергофі немає точних даних. Очевидно, найвірогідніші подали депутати австрійського парламенту 1917 р. — 2 тис. жертв [4, 98]. 7 травня 1917 р. після проголошеної цісарем амністії Таллергоф було закрито, а заарештованих звільнено. Тільки таким чином Австрії вдалося розв'язати проблему інтернованих.

Багато завдань постало перед ГУР у зв'язку з появою великої кількості біженців з Галичини і Буковини. Населення було змушене перебратися в центральні та західні регіони. У Відні перші біженці з'явилися ще наприкінці літа. За твердженням газети «Nue Freie Presse», столиця Наддунайської монархії була переповнена біженцями з Галичини і Буковини, а «Arbeitszeitung» навіть повідомила їхню приблизну кількість — 70 тис., серед яких 80 % становили євреї [12. — 18 верес.]. 10 вересня 1914 р. при Віденському магістраті було створено «Центральне представництво опіки над біженцями Галичини і Буковини». У його програмній заяві зазначалося, що опіка поширюється на всіх біженців, незважаючи на їхню національність і конфесійну приналежність. Не отримували допомоги від цього представництва академічні та дипломовані працівники, поміщики, державні службовці, вищого від XI рангу, чиновники повітових і крайових адміністрацій, священники.

Процес вимушеного переселення з Галичини і Буковини найбільше зачепив поляків, євреїв та українців. У Календарі «Просвіти» за 1916 рік анонімний автор зазначав, що серед українців здебільшого були не добровільні біженці, а примусово евакуйовані [13, 177]. Австрійська адміністрація особливо контролювала потік біженців у столицю. За даними Міністерства внутрішніх справ, наприкінці 1915 р. у Відні перебувало 137 тис. утікачів, серед них: євреїв — 77 тис., поляків — 41 тис., українців лише 17,8 тис. осіб [14, 29]. Розмах переселенських процесів із Галичини, Буковини, Боснії та небезпека втрати контролю з боку урядових структур над біженцями змусили Міністерство внутрішніх справ розпочати організацію спеціальних таборів для виселенців здебільшого за національною ознакою. Для українців були виділені табори у Вольфсбергу та Гмінді. Перші 300 біженців приїхало до Вольфсбергу (Каринтія) 17 вересня 1914 р., а найбільше переселенців було зафіксовано 7 січня 1915 р. — 7635 осіб [15, 75; 1. — 1914. — 7 листоп.]. ГУР прагнула максимально допомогти біженцям. На її клопотання уряд виділив кошти для того, щоби «зробити побут у Вольфсбергу якнайможливіший». Особливо до будівництва табору причинився президент Каринтії барон Фрис-Скопе, який, за висловом К. Левицького, «дуже симпатизував українському народові і жертвував на гостинний захист українців у адміністрованім ним краю» [9, 52–53]. За короткий час було зведено 64 бараки, проведено каналізацію, електричне освітлення, збудовано водопровід, 4 лікарських бараки. У таборі працювали 4 центральні кухні, їдальня, молочарня, лазні тощо. Тут було відкрито українську шестикласну школу на 750 місць, функціонували шкільні курси крою та шиття, на яких займалося 85 українок, збудовано церкву, яка могла вмістити 500 осіб. Для забезпечення табору всім необхідним спеціально прокладено вузькоколійку [4, 98].

Найбільшим табором для українських біженців в Австрії був Гмінд (Нижня Австрія). Перші виселенці з'явилися тут 11 січня 1915 р., а 5 лютого їх було вже 10,7 тис., а до 24 травня кількість зросла до 29 тисяч. Дуже швидко розрослося баракове місто [16, 8]. Як і у Вольфсбергу, оперативно будувалися бараки, навіть одно- і двокімнатні, призначені

для інтелігенції, налагоджувалося водопостачання, проводилася каналізація. Було збудовано електростанцію, споруджено 15 лікарняних бараків, де працювало 14 лікарів, 2 молодших медпрацівники та 220 санітарів. У таборі діяла шестикласна дівоча школа (850 учениць) та шестикласна школа для хлопчиків на 800 місць, відкрито гімназійні курси, на яких 1916 р. навчалось 70 учнів. 30 квітня 1915 р. в таборі засновано підготовчі Українські шкільні курси, а 330 українців навчалися на курсах ліквідації неписьменності. Для хлопчиків шкільного віку було відкрито курси кравців, малярів, шевців, слюсарів, садівників, а для дівчат — кравчинь та вишивання. У таборі збудовано церкву, в якій на відправах могло бути до 2,5 тис. осіб.

На початку літа 1916 р. для українців створили ще один табір у містечку Гредиг біля Зальцбурга. Українці були у змішаних таборах: Оберголлянбруні — українсько-румунському (близько 1800 чоловік) і Гоцені — українсько-польському, в якому наприкінці 1916 р. із 13 тис. біженців половина припадала на українців [15, 78, 83]. Існували ще й інші табори, де перебували біженці з Галичини та Буковини, але вони були невеликими і тимчасовими. Це — Брук, Гая, Моравський Трибов.

Ще на початку вересня 1914 р. українські депутати парламенту Ю. Романчук, К. Левицький і М. Василько звернулися до урядових кіл із вимогою допомоги українським біженцям. Подібні заяви зробили польські та єврейські політики. Тоді ж було створено «Віденський комітет допомоги для біженців Галичини і Буковини» на чолі з лідером політичного проводу в Австрії Л. Білінським. Насправді ж цей комітет опікувався тільки поляками і євреями. Тому українці організували свій «Український комітет допомоги» на чолі з Ю. Романчуком. На перші оголошення про збір пожертвуваль відгукнулися барон С. Буріан і цісар Франц-Йосиф, який виділив 5 тис. корон. На початку січня 1915 р. уряд визнав Комітет державною структурою і перерахував із бюджету 64 тис. корон. Загалом із вересня 1914 р. до першої половини 1917 р. утримання таборів переселенців, фінансування культурно-освітніх потреб, щомісячна грошова допомога українським біженцям обійшлася австрійській скарбниці приблизно в 69 млн. корон [4, 76, 84].

Із наступом російських військ на Східному фронті навесні 1916 р. в Австрії з'явилося ще кілька організацій, які допомагали українським біженцям і яких фінансували з державного бюджету — «Комітет опіки над біженцями з Буковини» (10 липня 1916 р.) і громадський «Український крайовий комітет допомоги для біженців» у Львові, створений 21 серпня 1916 р. з ініціативи Головного вікарія Львівської митрополії о. А. Білецького.

Отже, проблема українських біженців свідчила про реальну важливість питань, пов'язаних із виселенцями, про масштабність урядової політики в цьому напрямі. У роки війни справа біженців української та інших національностей посідала важливе місце в австрійській внутрішній політиці. Результати здійсненого аналізу можуть враховуватись при опрацюванні концепцій сучасних національно-державницьких доктрин України, загальнонаціональної ідеології, при формуванні стратегії національного розвитку та створенні загальнонаціональної програми патріотичного виховання молоді.

#### Література

1. Діло. — Львів, 1899–1918.
2. Вістник Союзу визволення України. — Відень, 1914–1917.
3. Буркут І. А ми тую славу збережемо (З історії українських збройних сил у XX ст.). — Чернівці, 1994. — 112 с.
4. Попик С. Українці в Австрії. 1914–1918. — Київ; Чернівці, 1999. — 235 с.
5. Маковський В. Таллергоф (Спогади і документи). — Львів, 1934. — 260 с.
6. Макух І. На народній службі. Спогади. — К., 2001. — 572 с.
7. Буковина: її минуле і сучасне. — Париж; Філадельфія; Детройт, 1956. — 965 с.

- 
8. Ф. 283. — Канцелярія Чернівецького губернатора, м. Чернівці.
  9. *Левицький К.* Історія визвольних змагань галицьких українців з часу світової війни 1914–1918. — Ч. 1–3. — Львів, 1929–1930. — 776 с.
  10. Ereignisse in der Ukraine 1914–1922 deren Bedeutung und historishe Hintergründe / Von T. Hornikiewicz. Philadelphia: W. K. Lypynski Ost-Europäischen Forschungs-Instituts. Band I. — 1966. — 450 p.; Band II. — 1967. — 484 p.
  11. Военные преступления Габсбургской монархии. 1914–1917. — Москва, 1964. — Вып. 4. — 313 с.
  12. Nene Freie Presse. — Wien, 1914.
  13. Ілюстрований народний календар Товариства «Просвіта» з терміном на переступний 1916 рік. — Відень, 1915.
  14. Staatliche Flüchtlinger Sörga im Krieg 1914–1915. — Wien, 1915. — 214 s.
  15. *Бачинський Г.* Українські табори виселенців // Воєнний календар для українських виселенців на 1917 рік. — Відень, 1916. — 113 с.
  16. *Темницький В.* Українська оселя в Гмінді // Вістник, 1915. — № 37–38. — С. 8–10.
-

*Розділ 5.*  
**РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ**

*Рожко І. М., Дідович А. П., Безручко Л. С.*

**МЕДИКО-БІОЛОГІЧНА ФУНКЦІЯ РЕКРЕАЦІЇ**

*Стаття присвячена проблемам поєднання психологічного відпочинку на природі з лікувальними властивостями природних компонентів. Це дозволяє покращити здоров'я людей та сприяє відновленню активності.*

Складна еколого-економічна ситуація супроводжується погіршенням життєвого середовища людей, що веде до зниження рівня здоров'я й тривалості їх життя. У зв'язку з цим, дедалі більша увага приділяється оздоровленню населення та сприянню здоровому способу життя. Зрозуміло, що лікування та відновлення сил людини не може проводитись тільки у лікувальних закладах, тому використовують й інші не менш ефективні форми лікування. Однією із таких форм оздоровлення є рекреація, адже вона відзначається медико-біологічною функцією, яка полягає у сприянні зниженню захворюваності, відновленню фізичних сил, збільшенню тривалості життя людей.

Прикладом такої лікувальної ефективності рекреації служить вже той факт, що активний відпочинок у лісі знижує рівень захворюваності серцево-судинної системи приблизно на 50 %, органів дихання — на 40 %, нервової та опорно-рухової систем — на 30 % [6:14]. Велике значення має активний відпочинок у профілактиці психічних захворювань [1:276, 2:86, 6:19].

Медико-біологічна функція має виключне значення, оскільки, завдяки їй формується основний попит на різноманітні рекреаційні послуги. Основними рекреаційними ресурсами прийнято вважати лікувальні мінеральні води, пелоїди, озокерит, використання яких позитивно впливає на лікування захворювань крові, серця, органів травлення, опорно-рухового апарату, захворювань нервової системи тощо. Перебування в бальнеологічних закладах є однією з необхідних умов післяопераційного періоду лікування.

Вагоме значення при лікуванні та профілактиці легеневих захворювань мають кліматичні умови гірських долин, особливо у поєднанні з оздоровчими властивостями лісу. До таких властивостей належать:

— киснепродукуюча здатність лісу. За даними С. В. Белова [7:6] 1 га лісу виділяє в атмосферу (в залежності від класу бонітету) 1,8–5,0 т кисню за рік, не враховуючи тієї частини (50 %), яка витрачається на розкладання опалого листя, хвої, гілок тощо; одночасно, в утвореній в результаті росту дерев органічній речовині зв'язується 2,8–6,5 т вуглекислого газу;

— фітонцидна властивість. Гектар хвойного лісу виділяє за добу до 5 кг фітонцидів, листяного — 3 кг. В 1 м<sup>3</sup> лісового повітря знаходиться в 50–70 разів менше хвороботворних організмів, ніж у місті. Ялиця виділяє фітонциди, які вбивають коклюшну паличку, збудників черевного тифу, сосна — туберкульозну і кишкові палички. Дуб згубно діє на збудників дифтерії, стафілокок [2:33]. Повітря соснового, дубового, березового лісу, вбиває збудників хвороб краще ніж алоє, часник, цибуля, перець [5:41];

— іонізуюча здатність лісів полягає у виділенні легких іонів, які позитивно впливають на активність дихальних ферментів, збільшенні біотоків мозку, підвищують кількість кисню в крові і зменшують вміст цукру. Всі ці властивості використовують при лікуванні гіпертонії, атеросклерозу, туберкульозу легенів, бронхіальної астми, перевтоми, безсоння. Окрім цього, ліси володіють важливими пиловловлюючими і шумозахисними здатностями, регулюють температурний режим, збільшують відносну вологість повітря.

Розглядаючи медико-біологічну функцію рекреації, часто нехтують важливим значенням активного туризму (гірські походи, водний та спелеотуризм тощо). Хоча, власне екстремальність цього виду рекреаційної діяльності є основним фактором запобігання ряду психоневрологічних і похідних від них захворювань. У даний час умови проживання обмежують людину в повноцінній руховій активності, створюють психологічний дискомфорт, породжують як дефіцит часу, так і дефіцит пошукової активності, синдром нереалізованих можливостей. Виникає так званий «техногенний стрес», який часто є надто тривалим у часі і супроводжується пасивно-захисною реакцією організму, що, в свою чергу, призводить до ряду серйозних захворювань: психічних, печінки, серця, шлунку. Активна участь у туристських походах, що супроводжуються екстремальними погодними і побутовими умовами, рядом небезпек і перешкод, сприяє мобілізації активно-захисних функцій організму через такі збудники як: тривога, страх, фізичне навантаження, емоційне збудження, інтелектуально-пошукова активність [8:20–21]. Подолання рекреантом короткотривалого стресу, пов'язаного з активною туристською діяльністю, супроводжується подоланням «домашнього» стресу. Людина відчуває значне психологічне розвантаження, що і є основною причиною підсвідомого бажання наступного відпочинку.

Пішохідний, водний чи екстрим-маршрут додає багато вражень, цікавих спогадів та друзів і мотивацію до ведення здорового способу життя.

Важливим є також позитивний вплив активного туризму на організм дітей. Встановлено, що покращення функціонального стану кардіореспіраторної системи проявляється у збільшенні ударного об'єму крові, збільшенні потужності вдиху, видиху, покращенні силових показників, витривалості школярів під впливом навіть одноразових багатоденних туристичних походів [4:25–28].

Все більшого поширення набуває лікування пов'язане з мікрокліматичними особливостями певних регіонів. Такими регіонами, як вже згадувалось, є лісові масиви, а також озерні об'єкти та широко розповсюджений відпочинок на морському узбережжі, які сприяють лікуванню хворіб органів дихання та загальному оздоровленню організму. Крім цього, вони забезпечують естетичний відпочинок, який полягає у відпочинку на території із мальовничими ландшафтами, внаслідок чого спостерігається відновленню психологічної рівноваги у відпочиваючих.

Найбільш вдало оздоровлення може відбуватись у випадку, коли поєднується лікування лікарськими засобами та медико-біологічні властивості рекреації. У наш час таке поєднання широко застосовується і свідченням цього є розвиток санітарно-рекреаційної діяльності, яка поєднує лікувальні властивості природних компонентів з процесом оздоровлення людей. Прикладом такої діяльності може бути лікування у санаторій «Лісова пісня», працівники якого використовують як традиційні лікарські засоби, так і фітотерапію, бальнеотерапію у поєднанні з активним відпочинком, який полягає у купанні у Шацьких озерах та лісових прогулянках. Завдяки цьому щороку тут покращують здоров'я близько 8000 осіб.

Отже, ефективне оздоровлення населення можливе тільки при поєднанні новітніх лікарських засобів з іншими ефективними формами лікування та відновлення сил, одним

з яких є рекреація. Адже завдяки поєднанню релаксації з лікувальними властивостями природних компонентів, вона дозволяє покращується здоров'я людей та сприяє відновлюються життєві сили.

#### Література

1. Антрохин В. Г., Сонодухин Е. Д. Лесная хрестоматия. — М.: Лесн. пром-сть, 1988. — 399 с.
2. Генсирук С. А., Нижник М. С., Возняк Р. Р. и др. Рекреационное использование лесов. — К.: Урожай, 1987. — 246 с.
3. Лыкун Г. М. Біологічний захист атмосферного повітря від забруднення // Вісн. АН УРСР. — 1983. — №7. — С. 55–78.
4. Курилова В. И. Туризм: Учеб. пособие. — М.: Просвещение, 1988. — 224 с.
5. Нестеров В. Г., Степанов Р. С. Человек и лес. — М.: Наука, 1971. — 67с.
6. Нижник М. С. Лес и отдых. — К.: Наук. думка, 1989. — 120 с.
7. Стадницкий Г. В. Человек и лес. — Л.: Знание, 1987. — 32 с.
8. Супруненко Ю. П. Горам навстречу. — М.: Знание, 1989. — 176 с.



*Розділ 6.*  
**ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ  
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

*Боднар І. Р.*

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

*Проаналізовано критерії глобалізації інформації, розглянуто проблему ризиків у процесі розвитку інформаційної інфраструктури, охарактеризовано загальні тенденції процесу глобалізації інформаційного простору.*

Інтенсивний розвиток глобальної інформаційної інфраструктури посилює залежність ефективного функціонування країни від стану розвитку інформаційної сфери, передусім системи державного управління національними інформаційними ресурсами.

Поняття «глобалізація» та «інформатизація» тісно взаємопов'язані між собою, адже глобалізація взагалі стала можливою завдяки створенню глобальних мереж і апаратних засобів передачі інформації. Її лідер — США надали своїм фірмам можливість скористатися відсутністю правил міжнародного інформаційного обміну для збагачення [5].

На сучасному етапі зросла роль інформації у вирішенні глобальних міжнародних проблем, тобто вона стала складником інших глобальних проблем, таких як боротьба зі стихійними лихами, проблема біжінців, проблема розподілу світових енергетичних ресурсів. З іншого боку, інформація перетворилася на глобальну проблему, вона має світовий, міжнародний характер.

Інформація відтворює явища та закони зовнішнього світу і створює можливості передбачення і перетворення дійсності в інтересах міжнародного співтовариства. На відміну від інших ресурсів, які мають здатність вичерпуватися, інформаційні ресурси не тільки відтворюються, але й збільшуються протягом їх використання.

Дослідженню тенденцій глобалізації інформаційного простору приділено значну увагу у працях Колина К. [5], Кастельса М. [3] тощо.

Метою статті є висвітлення глобальних тенденцій в інформаційній сфері. За оцінками експертів віднесення проблеми до глобальної відбувається за такими критеріями:

- глобальні проблеми стосуються всього людства загалом цілому, кожної соціальної групи і кожної людини;
- виступають як об'єктивний фактор, що певною мірою обумовлює розвиток усього світу;
- вимагають для свого вирішення постійного міжнародного співробітництва усіх держав і максимальних об'єднаних зусиль усього людства.

За цими критеріями інформація набула статусу глобальної проблеми, оскільки сучасні засоби зв'язку глобалізували можливості передачі великих масивів інформації за неймовірно короткий час, мультимедійні системи здійснюють миттєву передачу інформації на будь-яку відстань, що впливає на суспільні процеси у світі.

Кожна держава розглядає глобальні проблеми через призму своїх національних інтересів. Наприклад, для країн Латинської Америки та Карибського регіону проблема розвитку інфраструктури комунікацій є важливою і актуальною, в той же час в країнах Північної Америки, Західної та Північної Європи ця проблема є завершеною. Таким чином, на міжнародних форумах, в міжнародних організаціях та інших міжнародних інституціях

розробляються лише загальні принципи сприйняття глобальних проблем. Тобто держави узгоджують свої інтереси: одні надають можливості для розвитку цієї галузі, а інші просто розвивають цю галузь у себе. Таким чином забезпечується рівномірний розвиток комунікацій у всьому суспільстві, у всіх країнах.

Ще один аспект інформації як глобальної проблеми полягає у тому, що глобальні проблеми міжнародного співтовариства мають завжди як складника і проблему комунікацій. До таких глобальних проблем відносять сьогодні врегулювання міжнародних конфліктів, підтримання миру і безпеки у світі, проблему голоду, захисту навколишнього середовища, проблему біжінців, стихійних лих та епідемій. І, звичайно, інформація є складником таких глобальних проблем, як розподіл сировинних, продовольчих, енергетичних ресурсів та розподіл інформаційних ресурсів, проблеми демографії. Жодна з цих проблем не може бути вирішена без збору та аналізу інформації, а це є прерогативою процесу комунікацій.

Формування єдиного інформаційного простору сприяє прискоренню процесу запозичення культурних та інституціональних надбань, і на цій основі певної універсалізації форм суспільного життя. По суті, йдеться про запровадження базових суспільних цінностей, інституційних механізмів та культурних зразків, що властиві країнам Заходу, насамперед США [5]. Таким чином, здійснюється певна абсолютизація техніко-інфраструктурних можливостей сучасних інформаційних і телекомунікаційних систем, насамперед всесвітньої інформаційної мережі Інтернет.

Не можна заперечувати значний вплив революційних досягнень у інформаційно-комунікаційних технологіях на суспільно-політичні процеси. Нині провідні країни світу і транснаціональні корпорації широко використовують нові можливості у зазначеній сфері задля реалізації власних політичних, економічних, соціально-культурних інтересів [2]. Поряд з цим через потужні інформаційні канали, що створені на основі новітніх технологій, на різноманітні країни та культурні спільноти навалюється потужний некерований потік інформації (інформаційна хвиля), що несе відповідні символи, культурні зразки тощо. Внаслідок такої експансії відбувається руйнація традиційних соціокультурних форм та інститутів.

Особливо гострого характеру подібні процеси набули в постсоціалістичних країнах. На відміну від інших регіонів світу у цих країнах інформаційна хвиля припала на період зламу суспільного ладу і притаманних йому соціокультурних форм і цінностей. Причому цей злам супроводжувався загальною дезорієнтацією суспільної свідомості, та певною деградацією «культурного ядра» [2].

Оцінка впливу на постсоціалістичні країни розвитку глобальних тенденцій в інформаційній сфері, його можливі наслідки досить влучно характеризується таким положенням: «Можна припустити корекцію інституціональної структури, планомірно збільшуючи обсяги інформації, що пропускається, та створюючи додаткові канали інформаційного обміну про нові форми взаємодії і порядок їх регулювання» [3]. Таким чином, глобальні тенденції в інформаційній сфері вносять свій досить вагомий внесок у становлення та розвиток такого суспільно-політичного феномену як напівдемократії.

Реалії, що пов'язані з розвитком тенденцій інформаційної сфери у постсоціалістичних країнах, примушують більш критично поставитися до відомих теорій інформаційного суспільства. Як відомо, основним постулатом цих і близьких до них теорій, зокрема «третьої хвилі» А. Тофлера (A. Tofler), є теза про кардинальне зростання ролі інформації у суспільному житті та перетворення її на основний стратегічний продукт, володіння і розпорядження яким забезпечує ключові позиції у сучасному світі [5]. Не варто применшувати дійсно суттєвого значення інформаційного продукту і технологій у розв'язанні проблем суспільного розвитку і забезпечення належного місця країни у системі міжнародних відносин. Разом з тим необхідно зазначити, що інформаційний чинник, на абсолютизації

якого побудовані ці теорії, не лише не забезпечує розв'язання принципових проблем сучасного суспільства, але й в деяких, не поодиноких випадках, зокрема у напівдемократіях та країнах, що розвиваються, призводить до суттєвих деформацій суспільного розвитку.

Процес глобалізації інформаційного простору можна розглядати передусім як розвиток світового ринку, обумовлений переважно двома чинниками: відміною державного контролю у всіх сферах інформатизації та технологічними можливостями цифрових технологій. Це спричинилося до дестабілізації національних ринків, послабило захищені та контрольовані державою інформаційні структури. Нові ринки швидко об'єднуються. У кожній галузі кілька компаній, передусім американських, британських, німецьких, французьких чи японських, володіють контрольним пакетом акцій.

Відкриття країни для глобального інформаційного простору несе в собі низку ризиків різноманітного характеру. Зокрема, британський політолог і публіцист Джон Кін зводить їх до трьох ключових проблем [1]:

- скорочення податкових надходжень (наслідок: є вимушена комерціалізація ЗМІ, що відображається на якості програм і допускає втручання приватних інтересів);
- проблема легітимності (ЗМІ втрачають довіру членів суспільства через упередження щодо неможливості рівно задовольнити смаки різних категорій громадян);
- психологічні зміни (на думку Д. Кіна, найсуттєвіші, оскільки технологічні інновації — супутникове телебачення, комп'ютерні мережі — витісняють громадські ЗМІ і примушують конкурувати з приватними медіа в багатоканальному середовищі).

Глобалізація інформаційного простору несе в собі не просто проблему, пов'язану з пануванням мультинаціональних корпорацій, а проблему панування на внутрішніх ринках великих корпорацій — національних чи міжнародних. Окрім того, це проблема змісту і послуг, включаючи різноманітні технологічні послуги, бо все це — проблема власності. Йдеться про «фірмові» телеканали, рекламу продукції міжнародних корпорацій та велику залежність медіа індустрії від рекламодавців, поширення «інфо-шоу» тощо. Все це можна розглядати як засоби збільшення аудиторії та рекламодавців. Термін «медіа імперіалізм» знову увійшов у вжиток, переформульований тепер швидше як кібернетична, а не географічна метафора — імперіалізм як загарбання комунікаційного простору [5].

Таким чином, інформаційний простір в сучасних умовах стає ареною міжнародної боротьби за світове лідерство, за досягнення певних стратегічних і тактичних політичних цілей. Вирішення цих проблем залишається питанням конкретного суспільства, оскільки йдеться про складний спектр проблем, придатних до аналізу і розв'язання лише з урахуванням національних особливостей країни.

#### Література

1. Барбрук Р., Камерон Э. Калифорнийская идеология // [http://vladivostok.com/Speaking\\_in\\_Tongues/calif.htm](http://vladivostok.com/Speaking_in_Tongues/calif.htm).
2. Вайнштейн Г. Информационная революция и демократия: ожидания, реальность, перспективы // МЭ и МО. — 2003. — № 7. — С. 11–17.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. — М.: Логос, 2000. — 304 с.
4. Комберянова О. Ю. Роль охорони інформації у сучасному світі // Економіка. Фінанси. Право. — 2004. — № 5. — С. 15–20.
5. Колин К. Информационная глобализация, общество и гуманитарная революция // Вестник Высшей школы. — 2002. — № 8. — С. 3–10.

*Дідович І. І., Дідович А. П.*

## **ОБҐРУНТУВАННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРИОРИТЕТНОГО СТИМУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТОЇ ПРОДУКЦІЇ**

*У статті висвітлені теоретичні засади щодо стимулювання виробництва екологічно чистої продукції на території спеціальних економічних зон (СЕЗ) та на територіях пріоритетного розвитку (ТПР).*

Спеціальні (вільні) економічні зони (СЕЗ) — один з досить помітних елементів структурних перетворень світової економічної системи другої половини ХХ ст. Вони географічно розосереджені практично на всіх континентах та присутні у різних групах країн — як у тих, що розвиваються, так і у промислово розвинених.

Вивчення світового досвіду СЕЗ дозволяє зробити висновок про широку різноманітність форм, цілей, механізмів, стратегій розвитку та результатів зонування. Багатоваріантність підходів, яка виявилася під час вивчення поняття та сутності СЕЗ, властива також і підходам до їх класифікації. Зокрема, дослідники С. А. Дійков, В. І. Філатов, А. П. Думнов та інші розрізняють зовнішньоторговельні, функціональні та галузеві зони. Д. М. Акульонок та А. Н. Солдаткін визнають існування чотирьох типів зон — вільної торгівлі, експортно-виробничі промислові, вільні порти та банківські зони. Е. А. Алтинбаєв виділяє зони прискореного економічного розвитку, зони спільного підприємництва та зони цілісного економічного району з повною відновлювальною структурою обробної промисловості. Ю. С. Степанов наводить класифікацію зон, що відносяться до п'яти типів: безмитні, експортні промислові, парки технологічного розвитку, зони страхових та банківських послуг, імпортопромислові зони та зони імпортозаміщення. А. Корнєєв надає перевагу семи типам зон, що відрізняються за площею та функціональною спрямованістю, — цесурсні, транспортні, фінансові, складальні, рекреаційні, складські та технопарки. До цього переліку доцільно було б долучити спеціальні економічні зони з виробництва екологічно чистої продукції.

Становлення та розвиток СЕЗ та ТПР в Україні супроводжується численними проблемами, які можна згрупувати в інформаційні, організаційні, правові, інвестиційні тощо. Крім того, СЕЗ діють у середовищі, що постійно змінюється, а також часто відчувається часовий розрив між появою потенційних інвесторів і розробкою конкретних програм, під які можна реально залучити інвестиції.

На даний час виготовлення екологічно чистої продукції не потрапляє у пріоритетні напрями. Тільки в діяльності технопарків виділено спрямованість на впровадження досягнень у галузі промислової екології поруч з інформаційними та телекомунікаційними технологіями.

Споживчий попит, особливо у розвинутих країнах, бурхливо реагує на пропозицію «зелених», «органічних», «біологічних» і «екологічно чистих» товарів, породжуючи стрімкий розвиток відповідного бізнесу. Існує декілька визначень екологічно чистої («зеленої») продукції:

- продукція повторного виробництва призначена для повторного використання та переробки не токсична, енергетично-економна, міцна та довготривалого використання;
- типовий товар тривалого користування, не токсичний, виготовлений з матеріалів переробки чи повторного використання та мінімально упакований.

Екологічно чистий продукт можна розпізнати за наступними критеріями:

- продукція виготовлена з доволі нешкідливих матеріалів і не містить в собі речовин, які негативно впливають на здоров'я людини;
- при виготовленні продукції, застосовуються технології з мінімальним негативним впливом на навколишнє середовище;
- виробники та постачальники несуть повну відповідальність за безпеку використання продукції не лише у сфері споживання, але й щодо впливу на довкілля;

— пакувальні матеріали для продукції є доволі нешкідливі, мають можливість повторної переробки, використання чи безпечної утилізації.

Один із важливих наукових і практичних напрямків — отримання екологічно безпечної сировини, її зберігання і підготовка до переробки. Це надзвичайно складна проблема, розв'язання якої починається з оцінки якості ґрунтів за фізико-хімічними показниками, наявністю залишків агрохімікатів, пестицидів, важких металів, нітратів, нітритів, мікроелементів, радіонуклідів, патогенної флори, а також можливостей недопущення підвищення рівня забрудненості сільськогосподарської продукції, що на цих землях буде вирощуватися. З цією метою використовується цілий арсенал прийомів та заходів, включаючи перехід до біологічних методів захисту насаджень від хвороб і шкідників, багатофакторне моделювання складу мінеральних і органічних добрив, що вносяться для підживлення рослин, та способів і режимів його проведення, термінів та методів збирання, транспортування, складування та зберігання врожаю.

Продукція, яка не є фізичним об'єктом, тобто виступає у вигляді послуг, теж може визначатися як екологічно чиста, якщо вона не наносить шкоди, або є мінімально шкідливою для довкілля.

Виходячи з того, що попит на екологічно чисту продукцію зростає, можна окреслити перспективи впровадження у практичну діяльність підприємств її виготовлення. Дані перспективи включають наступні фактори:

1. Економія коштів завдяки збереженню ресурсів;
2. Економія коштів завдяки зниженню відходів;
3. Скорочення часу на одержання дозволів та зменшення кількості робіт, пов'язаних з одержанням ліцензій;
4. Зменшення витрат на покриття ризиків;
5. Покращення ринкової та продажно-ї можливості;
6. Кращий імідж підприємства (компанії) як наймача (збереження їх здоров'я).

Потенціал успішної діяльності фірм які запроваджують випуск екологічно чистої продукції, характеризується наступними категоріями: безперервність, якість, прибутковість, мотивації. Суть даних категорій наступна:

— безперервність — випуск екологічно чистої продукції позитивно впливає на зміни майбутньої діяльності, тому що економічне зростання залежить від майбутнього екологічного законодавства, вичерпності або лімітованості ресурсів та енергії і запровадження ідей сталого розвитку у практичну діяльність;

— якість — фірми, які впроваджують екологічний маркетинг (випуск екологічно чистої продукції), повинні виготовляти більш конкурентоспроможну продукцію, яка повинна бути не нижчої якості, ніж екологічно не чисті варіанти;

— прибутковість — випуск екологічно чистої продукції може також ініціювати зменшення вартості продукції, зменшення витрат на переробку відходів, плати за забруднення навколишнього середовища та зниження відсотків страховки. Крім того, випуск екологічно чистої продукції може бути вирішальним фактором для одержання кредитів від банків, державних інституцій, комерційних та приватних інвесторів;

— мотивації — випуск екологічно чистої продукції може мати позитивний вплив на мотивацію праці найманих робітників. Робота у компаніях, що застосовують технології, які забруднюють навколишнє середовище, негативно відображається не тільки на здоров'ї робітників, але й негативно впливає на робочу мораль і в кінцевому результаті на результати діяльності.

Виходячи з вище зазначеного, ми вважаємо за доцільне розглянути пропозиції щодо включення виготовлення екологічно чистої продукції в категорію пріоритетних і виділити основні види пільг у СЕЗ та ТПР з пріоритетами у сфері виробництва екологічно чистої продукції. Перелік пропозицій наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

## Проект основних видів пільг у СЕЗ та ТПР України з пріоритетами у сфері виготовлення екологічно чистої продукції

| № з/п | Назва СЕЗ, ТПР           | Пріоритетний вид економічної діяльності  | Звільнення від сплати ввізного мита та ПДВ, період | Пільги в оподаткуванні прибутку | Звільнення від оподаткування інвестицій |        | Звільнення від обов'язкового продажу надходжень в іноземній валюті |        |
|-------|--------------------------|--|--|---------------------------------|---|--------|--|--------|
|       |                          |  |  |                                 | існує                                   | проект | існує  | проект |
| 1     | СЕЗ «Яворів»             | Впровадження інноваційних проектів, харчова промисловість,                             | 5 років  | 5 років, наступні — 50 %        | Ні                                      | Так    | Ні   | Так    |
| 2     | «Курортноліс Трускавець» | Лікувально-оздоровчі комплекси, виробництво мінеральних вод, рекреаційний туризм       | 5 років  | 5 років, наступні — 50 %        | Так                                     | Так    | Так  | Так    |
| 3     | ТПР Донецька обл.        | Виробництво нової техніки та технологій, переробка відходів                            | необмежений  | 3 роки, 4-6 роки — 50 %         | Так                                     | Так    | Ні   | Так    |
| 4     | ТПР Харківська обл.      | Виробництво нової техніки та технологій, переробка відходів                            | 5 років  | 3 роки, 4-6 роки — 50 %         | Так                                     | Так    | Ні   | Так    |
| 5     | ТПР АР Крим              | Лісове господарство, харчова промисловість, сільське господарство, рекреаційний туризм | 5 років  | 3 роки, 4-6 роки — 50 %         | Так                                     | Так    | Ні   | Так    |

Виготовлення екологічно чистої продукції доцільно на нашу думку стимулювати не у всіх СЕЗ та ТПР, а в наступних:

- «Курортотоліс Трускавець» — лікувально-оздоровчі комплекси, виробництво мінеральних вод, рекреаційний туризм;
- СЕЗ «Яворів» — впровадження інноваційних проектів, харчова промисловість;
- в ТПР Донецької та Харківської областей виробництво нової техніки та технологій, переробка відходів, а в ТПР АР Крим — харчова промисловість, сільське господарство, рекреаційний туризм.

На нашу думку, стимулюватися повинні інноваційні проекти, виробництво нової техніки та технологій, які пов'язані з виготовленням екологічно чистої продукції. В харчовій промисловості — підприємства, які безпосередньо виготовляють екологічно чисту продукцію. У сільському господарстві — вирощування сировини для виробництва екологічно чистої продукції. Стимулювання технологій з переробки відходів доцільно проводити на початковому періоді в густозаселених містах, до яких входять міста-мільйонники та міста з кількістю населення, наближеною до мільйона. Крім того, доцільно було б зменшити мінімальну вартість інвестиційних проектів, які користуються пільгами з 500 тис. доларів до 250 тис. доларів в СЕЗ «Курортотоліс Трускавець» та СЕЗ «Яворів» (але тільки для проектів, безпосередньо пов'язаних з виготовленням екологічно чистої продукції чи технологій з їх виготовлення). Запровадження даних заходів вимагає зміни законодавчої бази діяльності зазначених СЕЗ та ТПР, а також ретельної еколого-економічної експертизи інвестиційних проектів, які пов'язані із виготовленням екологічно чистої продукції.

На даний час, згідно Державного бюджету 2005 року, припинено пільги у всіх вільних економічних зонах та територіях пріоритетного розвитку. Але розглядаються пропозиції щодо їх відновлення або часткового відновлення тим інвесторам, які повністю виконали інвестиційні зобов'язання.

На завершення необхідно відмітити, що позитивний вплив діяльності СЕЗ та ТПР на економіку країни виникає, як правило, тоді, коли кількість та розміри зон досягають визначеної критичної маси, а національна економіка та національне законодавство — визначеної усталеності.

### Література

1. Гончаров В. М. та інші. Промислова екологія і її економічний аспект. — К.: Техніка, 1996. — 160 с.
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з питань оподаткування у зв'язку із створенням спеціальної економічної зони «Яворів», № 403-XIV, 15.01.1999, Київ.
3. Закон України «Про загальні засади створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон». Постанова Верховної Ради України, 13. 09. 92 р., Київ.
4. Закон України «Про спеціальну економічну зону «Яворів», № 402-XIV, 15.01.1999, Київ.
5. Закон України «Про спеціальну економічну зону туристико-рекреаційного типу «Курортотоліс Трускавець», № 514-XIV, 18.03.1999, Київ.
6. Вічевич А. М., Вайданич Т. В., Дідович І. І., Дідович А. П. Екологічний маркетинг. — Львів: Український державний лісотехнічний університет. — Львів: «Афіша», 2003.
7. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект // Збірник наукових праць. — Донецьк: ДонНУ, 2003. — 788 с.
8. Чмир О. С. Проблеми та ризики розбудови спеціальних економічних зон і територій пріоритетного розвитку в Україні // Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми/ Зб. наук. пр. за матер. доп. міжнар. наук.-практ. конференції. — Львів: ІРД НАНУ, 2002.
9. Green Marketing: Opportunity for Innovation by Jacquelyn A. Ottman, William K. Reilly 1998.
10. M. Townsen. Making things greener motivations and influences in greening of manufacturing, USA. — 1998. — 156 p.
11. Meffert, Heribert Marktorientiertes Umweltmanagement: Konzeption, Strategie, Implementierung / Heribert Meffert/Manfred Kirchgeorg. — Stuttgart, 1998.

Бомба М. Я., Дмитрова О. С., Бомба М. І.

## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ФОРМУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ

*У статті розглядається екологічна проблематика в контексті взаємодії та взаємозумовленості таких сфер людської діяльності, як екологічна культура та безпосередньо екологія як наука. Провідна думка дослідження полягає в тому, що екологія в даному випадку розглядає взаємозв'язки між суспільним організмом і навколишнім середовищем, а екологічна культура вказує на тип і спосіб взаємодії даного організму з цим середовищем.*

На сучасному етапі свого існування людство стоїть перед вибором напрямку подальшого розвитку, зумовленим загостренням екологічної кризи. На перший план виступає гармонізація відносин суспільства і природи. Сьогодні, ставши глобальною проблемою, екологічна криза чітко вказує: якщо суспільство якнайшвидше не відрегулює свої стосунки з природою, вирішення решти проблем стане неактуальним. Це й зрозуміло, адже екологічна ситуація впливає і на темпи нарощування екологічного потенціалу, і на науково-технічний прогрес, і на духовний розвиток, а також на комфортність життя і здоров'я людей. Екологічна криза є причиною загострення соціально-політичної напруженості в суспільстві, міжнародної конфронтації, міжнаціональних чвар.

Не можна сказати, що екологічна проблематика зовсім замовчується. Ставши глобальною, з кінця 60-х років минулого століття вона перебуває в центрі підвищеної уваги народних мас, політичних, державних, наукових і релігійних діячів.

У нашому дослідженні ця проблема розглядається у соціально-філософському зрізі. Адже зв'язок глобальної екологічної кризи з потужним техногенним тиском суспільства на природне середовище не завжди адекватно відображається в суспільній свідомості. На жаль, часто перемагають вузькопрагматичні цілі. Про це свідчить той факт, що стався з підписанням і ратифікацією Кіотського протоколу з питань обмеження викидів вуглецевих сполук в атмосферу. Сполучені Штати Америки, приміром, будучи найбільшим продуцентом CO<sub>2</sub> у світі, категорично відмовились від приєднання до даної угоди. Що це? Непорозуміння? Неусвідомлення яскраво вираженої загрози? Зовсім ні. Це ігнорування загальнопланетарних, загальнолюдських інтересів. Взяли верх меркантильні прагнення економічного розвитку і повне нехтування міжнародними нормами й прагненнями світового співтовариства.

Загалом у проведенні такої політики США не є самотніми. Схожа політика провадиться й багатьма країнами розвинутої Європи. Завдяки виступам населення європейських країн, заявам політичних лідерів, особливо у передвиборчих кампаніях, повідомленням засобів масової інформації щоденно чуємо про такі явища, як парниковий ефект, глобальне потепління, озонові діри, нестача питної води тощо. Це змушує уряди розвинутих держав під тиском зелених партій і рухів вдаватись до певних кроків у цьому напрямі. Вони починають «очищати» території своїх країн від промислових об'єктів, які забруднюють довкілля. «Викинувши» за межі своїх національних територій «брудні» технології й виробництва, вважають питання вирішеним. А куди ці технології поділись, де і як їх використовують — не так важливо. Головне, що очистилась своя національна територія, і електорат ніби задоволений.

Кіотським протоколом Україна віднесена до числа країн, які повинні обмежити свої викиди рівнем 1990 року, що дає можливість продавати частину своєї квоти і на цьому заробляти кошти на оновлення технологічних процесів до зменшення викидів. Необхідно констатувати, що Україна, можливо, і не так активно, як цього вимагає ситуація, але включилась до розв'язання екологічних проблем. Підтвердженням цьому є створення Постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 1999 року Міжвідомчої комісії із забезпеченням виконання Рамкової конвенції ООН про зміну клімату [11].



Ця проблема не залишила поза увагою й сільське господарство. Розораність земель у нашій державі становить 79,7 %, тоді як у світі — 27,9 %, США — 43,5 %, Великій Британії — 36,7 %, Німеччині — 66,0 %. Ще вищим цей показник є в зоні Степу — 82,8 % та Лісостепу — 85,4 %. Дещо нижчий у зоні Полісся і Передкарпаття — 68,0 %.

Така ситуація в Україні призвела до посилення процесів водної та вітрової ерозії ґрунтів. Таких земель в Україні є понад 15 млн гектарів. Практично ерозія продовжує наступати далі на кожний 5-тий гектар земель тих, які, поки-що, не знали її. Втрати гумусу на цих землях уже досягли 25–35 %. Щорічні втрати родючого шару ґрунту складають близько 600–740 млн. т, у тому числі 20–24 млн. т гумусу, 0,7 млн. т рухомого фосфору та інших елементів живлення. У виробничих умовах Полісся середньорічні втрати гумусу під впливом ерозії становлять 2,4 млн. т, у Лісостепу — 11,0 і Степу — 10,3 млн. т [1].

Кожне з чергових порушень екологічної рівноваги має у цій галузі господарства щораз більш трагічні наслідки. Наприклад, найбільша в Україні після Чорнобиля екологічна катастрофа на Закарпатті восени 1998 р. і навесні 2001 р., яка нанесла численні духовні і матеріальні збитки населенню і розвитку народного господарства цього своєрідного і унікального в усіх відношеннях краю, є наслідком порушення більше десятка антропогенних чинників. Це, в першу чергу, інтенсивна вирубка лісів, значна розораність схилів земель, забудова заплавних територій, нехтування укріпленням берегів річок тощо [2].

Дуже небезпечним з екологічної точки зору є радіоактивне забруднення сільськогосподарських земель. Усього в Україні з рівнями від 0,1 до 15,0 Кі/км<sup>2</sup> і вище забруднено радіоцезієм 4,6 млн га сільськогосподарських угідь, або 12 % загальної площі, з них 3,5 млн га мають щільність забруднення 0,1–1,0 Кі/км<sup>2</sup>, 1 млн. га — 1,0–5,0; 0,13 млн. га — 5,0–15,0 Кі/км<sup>2</sup>. Через високу ступінь забруднення виведено з обігу 160 тис. га сільськогосподарських угідь. Площа лісових масивів України, забруднених радіонуклідами, становить 3 млн. га [13].

Сьогодні уже всім зрозуміло: інтенсивність використання земельних, водних і лісових ресурсів має межу, яку переступати недоцільно й небезпечно.

Але питання стоїть по-іншому. Потреба в сучасних технологіях як у промисловості, так і в сільському господарстві залишилась, а отже, все це десь продовжуватиме функціонувати. Ці види виробництва переважно переводять у країни зі слаборозвинутою економікою. Там і екологічне законодавство послаблене, і дотримуються його не завжди, та ще й робоча сила майже дармова. Звідси й трагедія, що відбулась на американському хімічному підприємстві «Юніон Карбайд» в індійському місті Бхопал, де загинули тисячі людей. Отже, проблема «брудних» технологій і виробництв потребує не лише регіонального, а й планетарного вирішення. Разом з тим, із суто технологічної площини вирішення екологічна проблема як глобальна переходить у суспільну площину, що потребує певного філософського осмислення. Екологічна глобальна проблема виявилась проблемою не лише екології як науки, а й гуманітарного знання. Так, Л. І. Сидоренко з цього приводу вказує, що «в процесі розв'язання спектра питань, пов'язаних зі сучасною екологічною кризою, окреслилося коло проблем, осмислення яких вийшло за межі екології як конкретної природничої науки і може бути визначено як філософія екології» [12].

Завдання філософії екології бачиться насамперед у формуванні екологічного світогляду, який вказує людині на її місце як у суспільному, так і в природному середовищі. Важливе місце в цьому процесі могла б зайняти нова наукова галузь геосоціосистемологія, «об'єктом дослідження якої була б геосоціосистема, а предметом — складні явища і процеси на планеті, зумовлені потужним виробничим впливом людства на природне середовище свого існування, на біосферу та її довкілля» [6].

Висуваючи таке трактування, академік М. А. Голубець слушно зауважує, що геосоціосистемологія і розкриває філософські аспекти пізнання довкілля: «пізнання взаємозалеж-

ності і взаємодії трьох основних блоків реального світу — природи, людства як найактивнішої геологічної сили, оснащеної могутніми технічними засобами впливу на природу, і мислення, інтелекту як збудовального і регуляторного чинника у світовій геосоціосистемі» [6]. Це повинно, на думку М. А. Голубця, накопичити емпіричний матеріал «для кількісної оцінки результатів впливу мислення на буття, на способи забезпечення нормальних екологічних, соціально-економічних, етичних та естетичних умов існування людини» [7], а відтак вимагає сформування певного типу ставлення до довкілля, який ми б назвали екологічною культурою. Екологічна і культурологічна проблематики, спираючись на зв'язок «людина-природа», мають багато спільного. Ця спільність проявляється в тому, що культура, з одного боку, є результатом розвитку взаємозв'язку суспільства і природи, з іншого — від рівня розвитку культури залежить спосіб і форма її взаємозв'язку і взаємодії суспільства з навколишнім природним середовищем. Тому взаємозв'язок людини з природою, механізм адаптації до навколишнього середовища і зміни останнього для матеріальних і духовних потреб суспільства є важливою проблемою як для екології, так і для культурології.

Спеціалісти однозначно розглядають екологію як розділ біологічних знань. Екологія тлумачить зв'язки на рівні «організм-середовище», а екологічна культура у свою чергу — як спосіб взаємодії людини, суспільства в цілому з навколишнім середовищем. Ще у 60-ті роки XIX століття відомий німецький натураліст Е. Геккель, розглядаючи структуру біології, звернув увагу на те, що маємо роздрібненість та відокремлення деяких напрямів у цій сфері. Морфологи задовольнялись дослідженням окремих органів і не брали до уваги причини їх утворення. Фізіологи обмежувались дослідженням конкретних процесів життєдіяльності організмів і не звертали увагу на чинники навколишнього середовища. Так, Е. Геккель запропонував включити в предмет три напрями: фізіологію харчування, фізіологію розмноження і фізіологію відносин, які, в цілому, він назвав економікою і географією тварин. У нього екологія досліджує «загальні відносини тварин, як до їх неорганічного, так і органічного середовища, їхні дружні і ворожі відносини до інших тварин і рослин, з якими вони вступають в прямі чи непрямі контакти» [9]. Мало чим відрізняються й погляди сучасних науковців на цю проблему. З цього приводу академік С. Шварц зазначав: «Сучасна екологія — це наука про шляхи пристосування видових популяцій до умов зовнішнього середовища, що змінюється, наука про становлення, перетворення і розвиток видових популяцій, про закони їх інтеграції в біологічні системи більш високого порядку, специфічні пристосування до найбільш ефективного використання енергії в конкретних умовах середовища» [9]. Тобто розгляд відбувається на популяційному рівні.

Вживання терміна «популяція» є правомірним також і щодо людини. Так, Н. П. Бочков під людською популяцією розуміє «групу людей, які займають одну територію і вільно вступають в шлюб... У генетичному розумінні визначальною є не просторова близькість, а родинні зв'язки між членами популяції» [3]. Незважаючи на певну обмеженість даного визначення, об'єктом дослідження у нашому випадку може бути також людина та її зв'язки зі своєю екологічною нішею, тобто з навколишнім природним середовищем. Але в даному випадку екологія досліджує лише один тип зв'язків з навколишнім середовищем, а саме — біологічний. І людина як об'єкт біологічного пізнання тут закономірно є предметом дослідження екології. Але людина водночас перебуває і в соціальному середовищі, а отже, і в центрі соціального пізнання. Виникнувши у біосфері декілька мільйонів років тому, людина входила в той період до структури природних екосистем. Але з часів палеоліту і неоліту у людей з'явилися перші ознаки технологічної і духовної культури. Особливою відмінністю взаємовідносин людини з навколишнім середовищем є докорінно нова форма пристосування, а саме така, коли людина змінює своє середовище і водночас відбуваються процеси, що призводять і до змін суспільних

відносин. З удосконаленням знарядь праці, розвитком науки, а також суспільних форм організації суспільство перетворилось на екологічний чинник.

На підставі аналізу технічної оснащеності діяльності людства В. І. Вернадський зробив висновок, що воно стало потужною екологічною силою. Виробнича діяльність людей охопила не лише біосферу земної кулі, але й вийшла за її межі, у прилеглий космос. «Розум, наука, потужні засоби виробництва і комунікації, енергетичні та інформаційні можливості зумовили кардинальні зміни у взаємовідносинах біотичних і соціальних сил» [5]. Ці чинники перетворили «біосферу в об'єкт виробничого використання, в підсистему глобальної мегасистеми, названу соціосферою» [8].

Біосфера і соціосфера докорінно відрізняються між собою. Біосфера є біотичною системою, її організатором виступає вся сукупність живих організмів, що населяють біосферу і забезпечують біотичний кругообіг та пов'язану з ним трансформацію енергії. Роль її пам'яті і регулятора виконує генний матеріал. У свою чергу людське суспільство не підпорядковане біосфері ні структурно, ні функціонально. Соціосфера є соціальною системою. За своїм характером і можливостями вона потужніша за біосферу. Організуючою ланкою соціосфери є людське суспільство, в якому основною функцією виступає соціальний обмін речовин, у першу чергу, інформації на основі праці як перетворюючої діяльності. Роль її пам'яті і регулятора виконує людський розум [8]. Поєднання суспільства і природи в цілісну систему здійснюється не в біосфері і не на біотичному рівні, а в соціосфері, на рівні соціальної форми організації.

Вважаємо за необхідне наголосити на цьому, щоб показати відмінність між предметом екології як науки і безпосередньо екологічною культурою. Зрозуміло, що екологія як складова частина науки, як вид духовної діяльності, безперечно є складовою частиною духовної культури, а значить, і культури в цілому. У цьому сенсі екологія — це сума знань про природні, змінені людиною і штучно створені екологічні системи. Сюди входять і знання про ті наслідки, що з'являються в результаті взаємодії між суспільством і природою. Екологія вивчає стан навколишнього середовища, а також способи його збереження в сприятливому стані для майбутніх поколінь. Екологічні знання допомагають усвідомити, який перетворюючий тиск робить людство за допомогою свого інтелекту і потужних засобів виробництва на екосистему в цілому. Водночас вона має у своєму арсеналі наукові підходи, що дозволяють виробити методи і засоби для вирішення складних екологічних і пов'язаних з ними економічних, політичних, культурних питань. Цим самим екологія дала вихідний матеріал для вдосконалення філософських основ аналізу взаємовідносин між суспільством і природою, що, у свою чергу, намітило кардинально нові підходи до оцінки впливу сучасних екологічних подій на психіку і суспільну свідомість. Вплив екології як науки на розвиток духовної культури проявляється у формуванні нових галузей знань, таких як екологія людини, соціальна екологія, глобальна екологія, наукових підходів до осмислення і розвитку таких соціальних, економічних, культурних проблем, як раціональне природокористування, моделювання та прогнозування екологічних процесів, екологічна освіта, екологічне виховання, екологізація мислення і поведінки людей.

Отже, незважаючи на велику роль екології в суспільному житті, екологічна культура є з нею неоднопорядковим явищем. Відмінність полягає насамперед у предметі розгляду: екологія розглядає зв'язки на рівні законів взаємодії зі своїм середовищем, а екологічна культура — на рівні способу взаємодії суспільства зі своїм навколишнім природним середовищем у рамках цих законів. Екологічна культура — це той тип культури, який зумовлює спрямованість на впорядкування взаємодії соціального і природного середовища. Екологічна культура виконує негентропійну функцію, тому що сприяє свідомій регуляції відносин між суспільством і природним середовищем з метою збереження життєздатності біосфери і розвитку її властивостей задовольняти потреби людства.

Якщо в цілому культура — це ставлення людини до всього навколишнього світу, суспільства і самої себе в процесі діяльності, то екологічна культура є такою її частиною, яка зумовлює відповідність соціальної діяльності потребам життєдіяльності природного середовища. Тобто мова йде про екологічну діяльність. Екологічна культура не тільки формується в процесі діяльності, але й проявляється в ній. Це пояснюється тим, що екологічна культура, як і будь-який вид культури, не має своєї предметності а priori, а набуває її в тій сфері, в якій вона реалізується. Дехто з дослідників розуміє екологічну діяльність як «діяльність, спрямовану на підготовку предметів природи до перетворення в предмети праці і яка є основою для оптимізації системи «суспільство–природа» [4]. Але це лише один з аспектів, що відображає сутність екологічної діяльності. Якщо ми зупинимось на цьому аспекті, то людство не вийде з екологічної проблеми, тому що цей вид діяльності буде «знімати» суперечність, а інші види діяльності її загострюватимуть.

З цього приводу слід зауважити, що відносини суспільства і природи — це не тільки ставлення людини до середовища свого перебування, але й відносини між самими людьми з приводу ставлення до природи, природних ресурсів та їх використання. А ці взаємовідносини не можуть бути реалізовані в рамках лише економічної діяльності чи врахуванням техніко-технологічних процесів. Вважаємо, що зміст поняття «екологічна діяльність» повинен охоплювати аспекти всіх видів діяльності (політичної, економічної, правової, наукової, технологічної тощо). Звідси екологічну діяльність ми розуміємо як сукупність різних видів діяльності. Екологічною діяльністю можна назвати будь-який вид діяльності за умови, що він так чи інакше спрямований на гармонізацію й забезпечення оптимального стану функціонування системи «суспільство–природа».

Сьогодні ще завчасно говорити, що людство сягнуло такого типу діяльності, де реалізується гармонізація відносин між суспільством і природою. Але екологічний стан, що встановився, однозначно вимагає нового типу культури взаємодії суспільства з природним середовищем. Постало питання створення нового типу культури, коли людство буде сприймати природу не тільки як ресурс матеріального виробництва, а й те середовище, в якому це людство перебуває. Зрозуміло, що природа завжди була, є і буде тією коморою, звідки людина бере матеріал для виробництва і споживання. Але проблема полягає в тому, щоб сформувати такий тип культури, за якого ентропійний вплив людини на природу спочатку став би якомога меншим, а з часом — зовсім би припинився. Йдеться про створення такого способу матеріальної взаємодії людини з природою, за яким виробнича діяльність адекватно співвідносилась би з процесами, що відбуваються в природі.

Для встановлення екологічно адекватних взаємозв'язків між суспільством і природою виникає також потреба у формуванні необхідних суб'єктивних умов, що будуть забезпечувати ці взаємозв'язки. Стає актуальною проблема цілеспрямованого формування у людей екологічної свідомості, екологізації світогляду, розвитку навичок правильного і бережливого ставлення до навколишнього природного середовища, впровадження знань про принципи і методи оптимізації цих відносин. Зважаючи на те, що сучасна екологічна ситуація виникла стихійно, у результаті неосмисленої екологічної діяльності людей, з'явилася серйозна перешкода для нарощування темпів розвитку виробництва як матеріальних, так і духовних потреб. У результаті нинішня екологічна ситуація відобразилась у суспільній свідомості настільки ж суперечливо, наскільки суперечливе це явище.

Одним із головних чинників формування екологічної культури є, в першу чергу, формування екологічної свідомості як фундаментальної духовної основи самої екологічної культури. Завдяки екологічній свідомості культура поповнюється новим конструктивним змістом, новими формами і методами вирішення суперечностей між суспільством і природним середовищем. Завдяки їй розширюється і поглиблюється духовна основа екологічної культури, що виступає сукупністю теорій, концепцій, поглядів, моральних основ,

традицій і уявлень, які відображають об'єктивну реальність і розкривають суть, основні тенденції, характер і мету відносин між людиною і природою.

На сьогодні екологізація суспільної свідомості — це реальний, історично зумовлений духовний процес, що полягає в певному переосмисленні не тільки значення самого по собі навколишнього природного середовища в його земних і космічних масштабах, але й місця і ролі людства у світі. Цей процес передбачає насамперед становлення екологічного мислення, зародження якого є наслідком різко зміненої ситуації в екологічному плані у всьому світі.

Традиційне мислення в галузі взаємодії природи і суспільства склалось стихійно. Але ж екологічне мислення не може бути стихійно підсвідомим процесом, тому що сьогоднішня екологічна ситуація, на відміну від попередніх часів, змінюється занадто швидко. Тому екологічне мислення повинно бути процесом науково осмисленим, опиратись на науково-достовірні знання і бути частиною духовної культури суспільства. Традиційне природниче мислення ніколи не було всеохоплюючим і вирішувало проблеми у більшості випадків на локальному рівні. Тому завдання екологічного мислення має ширші рамки. Людина, наділена екологічним мисленням, у своїй діяльності і внаслідок цієї діяльності повинна враховувати елементи системи дій інших людей і думати про їх наслідки для природи всієї планети.

Отже, екологічне мислення — це процес осмислення людиною своїх дій у навколишньому природному середовищі і спрямування своєї діяльності в екологічно-зберігаючому напрямі. Людина, наділена екологічним мисленням, не тільки усвідомлює взаємозалежність окремих явищ у природі, але й бачить їх зв'язок з іншими явищами ширшої системи, ніж та, в якій вони конкретно проявляються. Екологічна свідомість відображає об'єкт пізнання у його різноманітності і за цією різноманітністю окреслює ту єдність, яка важлива в екологічному плані.

Специфічна риса екологічної свідомості як форми суспільної свідомості проявляється ще й у тому, що вона не може обмежуватись попередніми конструкціями і понятійним апаратом, оскільки їх спрямованість на вивчення окремо взятих явищ природи і суспільства суперечить завданню екологічного підходу охопити єдиним понятійним апаратом різнопорядкові явища [6].

Треба вказати, що екологічна свідомість пронизує решту форм суспільної свідомості. У свою чергу, релігійна, правова чи політична, як і будь-яка інша, також пронизують всю решту форм суспільної свідомості, у тому числі й екологічну. Вони можуть накладатись одна на одну чи перетинатись більше чи менше. Взагалі суспільна свідомість не існує у чистому вигляді, а проявляється у своїх конкретних формах (екологічна, політична, правова, релігійна тощо), які й творять зміст суспільної свідомості, її структуру. Кожна окрема суспільна форма у своїй сукупності, накладаючись одна на одну, перетинаючись у своїй взаємодії, переважаючи одна одну в тих чи інших аспектах, творять тло суспільної свідомості як такої взагалі.

На жаль, екологічна свідомість багатьох людей перебуває в полоні застарілих уявлень про спроможність природи «переробити» продукт людської діяльності, переносити будь-які дії людини, котра переслідує свої вузькоутилітарні цілі. Навіть коли ми бачимо і знаємо про забруднення навколишнього середовища, усвідомлюємо наслідки цього забруднення, все одно процес отруєння природного середовища, а отже, й людей продовжується.

У сільському господарстві відбувається безконтрольне застосування мінеральних добрив, у промисловості десятиліттями не впроваджуються нові прогресивні технології (безвідходні або маловідходні). Людина, яка на індивідуальному рівні заподіяла збитків навколишній природі, не бачить тих наслідків, до яких ці збитки можуть призвести, а то й вже призводять.

А екологічна свідомість передбачає, щоб людина як на суспільному, так і на індивідуальному рівні уміла охопити природний об'єкт у всій його гетерогенності, різноякісності, побачити за цією різноманітністю далеку суттєву єдність, важливу з точки зору екології. Сформована екологічна свідомість передбачає здатність бачити не тільки найближчі наслідки перетворюючої діяльності в природі, а й наслідки в далекому майбутньому, бачити не тільки прямі, але й зворотні зв'язки змін, що відбуваються в природі і суспільстві. Тому важливою умовою процесу формування екологічної культури є не тільки перебудова свідомості людей, а також урахування тих об'єктивних чинників, що впливають на їх свідомість психологічно, формуючи як оцінювальний підхід, так і систему поглядів, звичок, а отже, і структуру поведінки стосовно природних умов життя.

Отже, стан екологічної свідомості, яка сформувалась на сучасному етапі, треба розглядати не тільки як відображення об'єктивної дійсності, але й як продукт цього відображення. Тому незадовільний стан екологічної свідомості треба також пояснити тим становищем, в якому опинилась наша держава в останні роки.

Політична нестабільність, економічна криза, соціальна напруженість у суспільстві — усе це відволікає як окремих індивідів, так і великі соціальні групи і суспільство в цілому від екологічних проблем. У вирішенні екологічних проблем треба також враховувати перебудову поглядів людей щодо змін, які відбуваються у сфері матеріального життя. Не можна допускати такого становища в суспільстві, коли люди, вирішуючи сьогоденні питання свого добробуту, не звертають уваги на проблеми, які можуть призвести до загострення екологічної ситуації в майбутньому.

Отже, екологічна свідомість є сприйняттям та усвідомленням процесів, що відбуваються в навколишньому природному середовищі, а також процесів взаємодії суспільства з природним середовищем. Володіючи відносною активністю, екологічна свідомість спрямовує людську діяльність як на перетворення навколишнього природного середовища, так і на його збереження. У цьому плані екологічна свідомість виступає як духовна основа екологічної культури і тому є важливим чинником у процесі її формування. Екологічна свідомість, спираючись на фундаментальні та прикладні науки, а також на емпіричний досвід попередніх поколінь і досвід сучасників, повинна спрямовувати перетворюючу діяльність у біосферосумісному напрямі і в напрямі збереження життєпридатності цього природного середовища. Це і є, в основному, зміст екологічної культури. Досягнення такої взаємодії з природою В. І. Вернадський запропонував назвати ноосферою, тобто сферою існування не тільки розуму, а й його використання для раціонально спрямованої коеволюції природи і суспільства. Екологічна культура у цьому сенсі є одним із суттєвих компонентів ноосфери, який поряд з іншими компонентами належить як до сфери матеріального, так і до сфери духовного виробництва.

Екологічна культура, визначаючи багато в чому норми ставлення суспільства до навколишнього природного середовища, встановлює систему пріоритетних цілей. Екологічна культура — це відповідальне ставлення до довкілля, насичення екологічним змістом усіх видів людської діяльності, формування таких відносин між людьми та їх взаємозв'язку з природою, коли остання розвивається за своїми внутрішніми законами, а діяльність людини опирається на знання і врахування цих законів.

### Література

1. Бомба М. Я. Наукові та прикладні аспекти біологічного землеробства / Монографія. — Львів: Українські технології, 2004. — 232 с.
2. Бомба М. Я. Проблеми та раціональне використання земель Передгірського і Гірського регіону Карпат / Газета «Правозахисник». — 19 квітня 2005 р. — № 14. — С. 3.
3. Бочков Н. П. Генетика человека. Наследственность и патология. — М.: Медицина, 1988. — 212 с.

- 
4. *Васильев Н. Г.* Экологическое сознание: генезис и сущность: Автореф. дис. ... к. филос. н. — Иркутск, 1985. — 20 с.
  5. *Вернадский В. И.* Размышления натуралиста. — Ч. 2. — М.: Наука, 1977. — 412 с.
  6. *Гирусов Э. В.* Экологическое сознание как условие систематизации взаимодействия общества и природы // *Философские проблемы глобальной экологии.* — М.: Наука, 1983. — С. 105–120.
  7. *Голубець М. А.* Вступ до геосоціосистемології. — Львів: Поллі, 2005. — 199 с.
  8. *Голубець М. А.* Структурно-функціональна оцінка взаємозв'язку екології і культури // *Екологія і культура* / М. А. Голубець, С. Б. Кримський, В. С. Крисаченко та ін. — К.: Наук. думка, 1991. — 260 с.
  9. *История биологии с древнейших времен и до начала XX в.* — М.: Наука, 1972. — 659 с.
  10. *Очерки по истории экологии.* — М., 1970. — 93 с.
  11. *Ромащенко М. І.* Про деякі завдання аграрної науки у зв'язку із змінами клімату // *Агроінком.* — 2003. — № 1–2. — С. 18–21.
  12. *Сидоренко Л. І.* Філософія сучасної екології: єдність наукових, етичних і філософських ракурсів // *Практична філософія.* — 2000. — № 1. — С. 175–184.
  13. *Патика В. П., Тараріко О. Г.* Агроекологічний моніторинг та паспортизація сільського господарських угідь. — Фітосоціоцентр, 2002. — 296 с.
-

Дудяк Р. П., Стручок Н. М.

## ХАРАКТЕРИСТИКА ІНФОРМАЦІЙНО-МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА У СФЕРІ ТУРИЗМУ

*У статті здійснено аналіз структури інформаційно-маркетингового середовища у туризмі. Розглянуто основні його складові. Проаналізовано і визначено комплекс завдань, виконання яких забезпечить підвищення дієздатності підприємств у сфері туризму.*

Життя сучасного суспільства потребує наукових досліджень в різних галузях підприємницької діяльності, однією з яких є найперспективніша галузь — туризм. Перехід до ринкової економіки зумовив необхідність перегляду існуючої точки зору й активізував наукові дослідження у цьому напрямі. Збір, систематизація, обробка інформації, використання інформаційних систем в туризмі потрібні для вирішення сучасних соціально-економічних потреб споживачів. Інформаційно-маркетингову систему можна розглядати як своєрідний імператив нашого часу, системний підхід до вирішення багатьох проблем.

Основними складовими інформаційно-маркетингового середовища є:

- довідкова інформація;
- електронний маркетинг туристичного продукту;
- туристичний попит;
- сегментація ринку туристичних продуктів;
- реклама туристичних регіонів, зон, об'єктів, населених пунктів;
- моніторинг ринку туристичних послуг;
- ціна туристичного продукту.

Довідкова інформація є основою практично всієї туристичної індустрії і головним фактором її ефективної діяльності, без достовірної та актуальної інформації неможливо забезпечити розвиток туризму. Вона може надаватись усно, через друковану продукцію, спеціальні додаткові сервери в мережі Інтернет. До неї відносять бази даних туристичного профілю. Вони охоплюють інформацію про організації, що надають туристичні послуги і дані з усіх видів туристичних послуг: туристські тури; індивідуальні й колективні туристичні послуги; історичні та культурні об'єкти і можливість їх відвідання; готелі, пансіонати, санаторії та можливості їх замовлення; відпочинок та розваги; транспортні об'єкти та можливість замовлення квитків; географічні, економічні відомості тощо. Найбільш ефективним закладом довідкової інформації є туристичні інформаційні центри (ТІЦ). Туристичні інформаційні центри створюються для просування регіону на національному та міжнародному рівні, надання інформаційних і сервісних послуг з туристичної діяльності в країні, регіоні, місті гостям (туристам, екскурсантам) та місцевим мешканцям. Основне завдання ТІЦ є створення сприятливого інформаційного середовища для іногородніх та іноземних громадян. Ефективне вирішення цього питання забезпечує зростання потоків туристів та екскурсантів. Звертаючись у ТІЦ, туристи можуть отримати такі види послуг: надання довідкової інформації стосовно країни, регіону, міста; комунікаційні послуги; замовлення, бронювання, придбання квитків на транспорт; придбання квитків на культурні та розважальні заходи; замовлення екскурсій, гідів, перекладачів; замовлення місць в готелях та інших закладах короткотермінового проживання; замовлення бенкетів та місць в ресторані; замовлення трансфертів та прокату автомобілів; замовлення та придбання внутрішніх турів. Як, правило, ТІЦ діють в рамках певного регіону, міста, району, представляють їх туристичні можливості, обслуговують гостей цього регіону [2:164].

У країнах розвинутого туристичного бізнесу практично вся туристична, довідкова і рекламна продукція представлена на серверах і сайтах в мережі Інтернет з реалізацією можливостей контекстного та варіантного пошуку, бронювання та купівлі. Практично всі сайти мають зв'язок з необхідними базами даних та забезпечують високий рівень



актуалізації. Електронний маркетинг туристичних послуг реалізується на базі глобальних дистрибуторних мереж та мережі Інтернет. Глобальні дистрибуторні системи призначені для замовлення, бронювання та купівлі туристичних, транспортних і готельних послуг в реальному часі зареєстрованими агентами. Практично всі Глобальні дистрибуторні системи пропонують клієнтам та агентам такі функціональні розділи роботи:

1. Авіарейси (розклад, маршрут, наявність місць, бронювання, продаж);
2. Автомобілі (характеристики, наявність для прокату, перевози, замовлення, оплата);
3. Готелі (характеристика номерів, наявність номерів, бронювання, продаж);
4. Круїзи (маршрут, графік, бронювання, продаж);
5. Тури (маршрут, графік, характеристика послуг, бронювання, продаж);
6. Тарифи (створення, розподіл та корегування опублікованих і спеціальних тарифів);

Туристичний ринок, як і більшість споживчих ринків, є структура гетерогенна і тому одним із найважливіших завдань маркетингологів є вивчення попиту та його складових. Попит на туристичні послуги є нерівномірним, що зумовлюється економічними, демографічними, природнокліматичними факторами. Йому притаманні такі ознаки: динамізм, неоднорідність смаків, еластичність, комплексність сконцентрованість у часі та просторі. Дуже часто він залежить від сезону, днів місяця і навіть тижня. Аналіз попиту в туризмі вимагає застосування кількісних та вартісних критеріїв з урахуванням специфіки ринку. Підприємство досліджує дві групи показників: кількісні параметри турпотоків та показники туристських витрат. Характеризують турпотоки-динаміка, структура, географія. Показником виміру турпотоків є кількість прибуттів або ночівель. Під кількістю прибуттів розуміють чисельність зареєстрованих туристів. Аналіз розміру турпродукту доцільно розглядати та структурувати згідно наступних параметрів туристичного попиту:

- соціально-економічні — це стать, вік, освіта, сімейний стан;
- поведінкові — це мета поїздки, використаних транспортний засіб, засоби розміщення, організація поїздки, тривалість перебування, попереднє бронювання.

Однією із важливих складових попиту є ринкова сегментація. Процес сегментації складається з таких етапів:

1 етап. Формування критеріїв сегментації. Для виділення критеріїв сегментації може проводитись спеціальне обстеження ринку.

2 етап. Вибір методу сегментації. Відносять-методи угруповань і багатомірність статистичного аналізу. Суть першого методу полягає в послідовній розбивці об'єктів на групи, потім підгрупи потенційних споживачів продукту. Методом послідовних розби-вок вибірка поділяється на кілька груп-сегментів. Сутність другого методу означає одно-часну кваліфікацію одразу за багатьма показниками.

3 етап. Інтерпретація отриманих сегментів або побудова профілів ринкових сегментів.

4 етап. Вибір цільових сегментів. Цільовий сегмент — це сегмент, обраний для маркетингової діяльності агенції.

5 етап. Позиціонування турпродукту.

6 етап. Розробка маркетингового завдання для кожного з обраних сегментів [3:41].

Для того щоб підвищити дієздатність туристичної агенції, необхідно аналізувати і такий маркетинговий аспект, як Позиціонування турпродукту. Позиціонування — це логічне продовження процесу ринкової сегментації, пошук місця турпродукту на ринку. Позиція турпродукту подається агенцією з допомогою засобів реклами.

Туроператор змушений планувати свою рекламну політику в багатьох напрямках. Насамперед він рекламує власні тури й імідж. Зміст рекламних звернень туроператора залежить від напрямку рекламних зусиль. Розробка рекламної продукції, що призначена для туриста, вимагає застосування різноманітних засобів візуалізації турпродукту. Пакет власної друкованої реклами-листівок, буклетів і каталогів-призначений для ознайомлення

туриста з можливостями фірми, видається перед початком туристичного сезону. Але для того, щоб детальніше ознайомити клієнта з позицією, менеджер «показує» йому турпродукт за допомогою рекламних звернень (друкованих слайдів, фільмів, фотографій, Інтернет-слайдів тощо).

Самостійне планування підприємств туризму своєї діяльності вимагає постійного моніторингу стану ринку, готовності до ринкових коливань з метою забезпечення реалізації стратегії саморозвитку і економічного виживання в умовах конкуренції. Кожен продукт на ринку споживчих товарів і послуг «живе» певний час і згодом витісняється іншим, більш досконалим. Це явище визначається поняттям «життєвий цикл товару», що становить проміжок часу з моменту виходу продукту на ринок до моменту припинення його повної реалізації на даному ринку. Життєвий цикл визначається зміною показників платоспроможності попиту, обсягів продажу та прибутку і включає такі стадії, як впровадження на ринок, зростання, зрілість і спад. Для підприємств туристичної індустрії надзвичайно важливим є визначення стадій зрілості та спаду запропонованих товарів, оскільки пропозиція на ринку морально застарілого продукту є економічно не вигідною і веде до зниження прибутковості. Якщо підприємство хоче вийти на ринок з новим продуктом, то також потрібно правильно обрати час виходу цього продукту.

Ціна завжди була і буде основним фактором, який визначає попит споживача. Як свідчить досвід на багатьох підприємствах, ціна встановлюється вищим керівництвом. На деяких із них проблемою ціноутворення займаються окремі підрозділи, проте і в цьому випадку вище керівництво залишає за собою право визначення загальної політики цін. Підприємство не просто призначає ціну на ту чи іншу послугу, воно розробляє цілу систему ціноутворення, яка охоплює різні набори послуг, що пропонуються споживачам. Основними ціноутворюючими чинниками є: собівартість виробництва послуг і нормативний дохід підприємства, співвідношення та динаміка цін конкурентів, співвідношення попиту і пропозиції на турпродукт на ринку. Визначення оптимальної ціни на даний вид продукту є основою для подальшого продажу та отримання бажаного прибутку. Висока ціна на певний продукт веде до зниження попиту на нього, оскільки не кожна людина в стані його придбати, з іншої сторони низька ціна викликає у людей недовіру до якості послуг. Тому ціна — це фактор, який визначає якість продукту у свідомості покупця з одного боку а з іншого боку її конкурентні позиції на ринку.

У сучасних умовах туристичні агенції все частіше звертаються до різних інформаційних систем, які допомагають у вирішенні економічних проблем і активізації участі у поділі ринку попиту та збуту турпродукту. Як свідчить проведений аналіз, високої ефективності кінцевих результатів діяльності досягають ті підприємства, у яких інформаційно-маркетингове середовище наповнене високим економічним змістом, привабливістю та конкурентоспроможністю.

#### Література

1. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичних підприємств: Навчальний посібник. — К.: Музична Україна, 2002. — 196 с.
2. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Львів, 20–22 жовтня 2005). — Львів, 2005. — 396 с.
3. Прочан А. О. Сучасна концепція визначення особливостей попиту та моделі сегментації туристичного ринку // Економіка і держава. — 2005. — № 8.
4. [www.city-adm.com.ua](http://www.city-adm.com.ua).

Караван Ю. В., Осадчук Т. Ю., Токар Ю. С.

## ОРГАНІЗАЦІЙНА ФОРМАЛІЗАЦІЯ ЗАСАДНИЧИХ ПРИНЦИПІВ ЕКОЛОГІЧНОЇ КОНСТИТУЦІЇ ЗЕМЛІ

*У статті викладено деякі засади побудови та функціонування Екологічної Конституції Землі та її міжнародне організаційне забезпечення. Відмічається необхідність еколого-економічної підготовки майбутніх менеджерів з туризму.*

Становлення цивілізації, вся її подальша історія розвитку свідчить, що існує постійна боротьба людини з довкіллям для задоволення своїх життєвих потреб. Використовуючи у рамках суспільного виробництва невпинно зростаючі за потужністю і масштабами науково-технічні засоби, соціум егоїстично перетворює природні ресурси у споживчі блага для себе. Сформувалась цільова функція ефективного виробництва, головним параметром якої є вартісний показник — прибуток. Досягнення максимально можливого прибутку за умови мінімізації витрат стало метою виробництва. До витрат віднесено різні види людських зусиль у вартісній формі, а щодо довкілля — джерел сировини і умов для виробництва, то воно має ціну тільки стосовно людських взаємовідносин, його власні збитки до уваги не беруться.

Людина завдяки своєму інтелектові стає не лише організатором глобальної надсистеми — соціосфери, але й найпотужнішим руйнівником базової, функціонально незамінної її підсистеми — біосфери, і при цьому всьому має взяти на себе повну відповідальність за наслідки своєї деструктивної діяльності на Землі, а також функції регулятора і проєктувальника геосоціосистем (і соціосфери) майбутнього. І все це відбулося, порівняно з тривалістю еволюції біосфери, за надзвичайно короткий проміжок часу [1:32].

Впродовж усієї історії економічної думки та практики господарювання виробничо-господарська діяльність людини істотно відхилилася від законів природи. Тоді як закони природи є однаковими на всій земній кулі, стиль господарювання у різних країнах світу (групах країн) за своєю еколого-економічною сутністю має істотні відмінності. Прагнучи задовольняти свої необмежені потреби в умовах обмежених природних ресурсів, Людина, будучи частиною Природи, наче забула, що єдиним джерелом (сьогодні нещадно експлуатованим) будь-якої виробничої діяльності є Природа [9:32].

Папа Іван Павло II відзначив: «Людина думає, що можна як-небудь розпоряджатися Землею, без будь-яких обмежень підпорядковуючи її своїй волі так, ніби вона не мала властивої їй форми і призначення, первинно даних їй Богом, які людина, звичайно, може розвивати, але не зловживати ними. Замість того, щоб співпрацювати з Богом у справі творення, людина підмінює собою Бога і, таким чином, закінчує тим, що викликає опір природи, яка стала об'єктом людської тиранії, а не управління» («Сотий рік», 37).

До чого це приведе врешті-решт? За песимістичними прогнозами — до виснаження ресурсів і голодування населення Землі, а в разі бездіяльності й байдужості теперішніх поколінь — аж до повної втрати контролю над наслідками економічного свавілля. За утопічними прогнозами — перехід людства від марнотратства до економії внаслідок свідомого зменшення потреб. За науково-фантастичними прогнозами — нові види енергії, нові джерела сировини поза Землею, навіть переселення на дно океану чи в космос. Тобто будь-які варіанти вирішення проблеми, крім найпростішого, запропонованого великими світовими релігіями і гуманістами минулого: якісна зміна людських стосунків у бік гармонізації й альтруїзму. Принцип «благоговіння перед життям» Альберта Швейцара, багаторічний досвід членів «Римського клубу», які окреслили шість цілей для людства: визначення зовнішніх меж діяльності, визначення внутрішніх меж людини, захист культурного спадку, світове співтовариство, якісне впорядкування життєвого середовища і гуманізація економіки [6:73], а також вчення В. Вернадського

і П. Тейяра де Шардена — це все запропонували вчені у бурхливому XX столітті, попри дві світові війни, розроблення зброї масового знищення і бездушну комерційну культуру, яка нині пожирає творчий потенціал молодого покоління. Не можна також не зважати і на могутній інстинкт самоочищення природи і людини.

В. І. Вернадський заклав теоретичні основи пізнання глобальної перетворювальної сили на поверхні Землі живої речовини (усієї сукупності рослинних, тваринних і мікробних істот), робота яких протягом мільярдів років спричинилася до формування сучасної біосфери. Ще у 40-х роках минулого століття він відзначив, що «людина вперше реально зрозуміла, що вона мешканець планети і може — повинна — думати та діяти в новому аспекті, не тільки в аспекті окремої особистості, родини чи роду, держав чи їх союзів, але й у планетному аспекті» і що «наука і наукова робота взяті загалом, не є результатом тільки роботи окремих учених, їх свідомого пошуку наукової істини... Вона є проявом дії в людському суспільстві сукупності людської думки... Ми живемо на переломі, у надзвичайно важливу, по суті нову епоху існування людства, його історії на нашій планеті» [3:98].

Реакція Природи на такий хижацький відносно неї спосіб людського господарювання у вигляді різноманітних екологічних негараздів, у тім числі і кризового характеру, спонукали людську спільноту до переоцінки принципів ефективності виробництва, ведення його з урахуванням вимог екологічного імперативу. Нині у масштабі планети маємо окремі позитиви у цьому відношенні: існують приклади екологізації виробництва, існує низка міжнародних і національних декларацій і протоколів про наміри щодо захисту довкілля, відбувається певний зсув у людській свідомості у цьому напрямі. Спостерігаємо і прихований опір руйнуванню старих (антиекологічних) стереотипів природокористування. Яскравий приклад — Кіотські угоди. На словах усі — за, на практиці головні винуватці (США) забруднення довкілля шукають різні відмовки, щоб ці угоди не виконувати. Отож, екологічна справа зрушилась з місця, але ще немає масштабного і стабільного розвитку. Суттєвим чинником такого розвитку має стати інтеграція морально-етичних, техніко-економічних, правових та інших норм раціонального природокористування у Основному законі людського існування на планеті — Екологічній Конституції Землі (ЕКЗ).

З метою розроблення ЕКЗ необхідно ініціювати створення під егідою ООН Конституційної Комісії до складу якої увійшли б делегати від різних міжнародних організацій, які займаються питаннями охорони природи та екобезпеки. Мандат Комісії повинен передбачати змогу отримувати необхідну інформацію від міжнародних інституцій і урядових органів держав-членів ООН, проводити необхідні експертизи, співпрацювати з Академіями наук різних країн, проводити конференції та симпозіуми тощо.

Розроблений та узгоджений на основі міжнародного консенсусу проект ЕКЗ повинна урочисто прийняти Генеральна Асамблея ООН разом з механізмом контролю за втіленням норм ЕКЗ у країнах-підписантах. Елементами вищезгаданого механізму контролю мають бути Міжнародна екологічна інспекція та Міжнародний екологічний суд. За сучасних умов зростання комунікаційних можливостей та інтенсивного міжнародного поділу праці наша планета перетворилась у велетенський гуртожиток з різними, часто-густо відмінними та конфліктними, економічними, політичними, державними інтересами його взаємозалежних мешканців. Саме Міжнародна екоінспекція мала б змогу відігравати роль своєрідного «коменданта», який слідкував би за дотриманням норм ЕКЗ міжнародним органом керування структурно-функціонально. Організацією соціосфери та її геосоціосистем міг би бути Міжнародний центр управління глобальними процесами при Організації Об'єднаних Націй. Управлінські рішення його керівного (регуляторного) органу не може базуватися тільки на наукових знаннях екологічного чи економічного плану, не тільки на розумних концепціях і деклараціях, наприклад сталого розвитку, але й обов'язково на фундаментальних, твердих і незаперечних юридичних нормах. Тому, поряд з науково обґрунтованими, розумними, гуманітарними,

екологічними, соціальними, економічними й технічними параметрами в еталонній системі повинні бути закладені правові параметри, юридичні норми, на які у своїй діяльності постійно повинен орієнтуватися керівний орган [2:17].

Необхідно, щоб основний екологічний закон мав обов'язкове економічне забезпечення. Методологічною основою концепції ЕКЗ є екологічна економіка. Метою екологічної економіки є застосування раціональних способів виробництва в умовах обмежених природних ресурсів, штучно завищених потреб та забрудненого життєвого середовища [5:86].

Процес створення ЕКЗ та механізмів її реалізації попри існуючі проблеми і складнощі має добре підґрунтя: діяльність ЮНЕП — централізованої інституції ООН з питань довкілля, інших організаційних структур ООН, які у рамках своєї основної діяльності переймаються супутніми з цією діяльністю екологічними проблемами. Тільки добрих слів заслуговують екологічні акції низки міжнародних неурядових організацій, серед яких Міжнародний союз охорони природи і природних ресурсів ініціатор прийняття Генеральною Асамблеєю ООН у 1982 р. Всесвітньої хартії охорони природи. Важко переоцінити прийняття у 1992 р. Декларації Ріо: Порядок денний на XXI століття — план соціального, економічного та екологічного подальшого стійкого розвитку. Накопичений людською спільнотою досвід боротьби за екологічне благополуччя на методологічному рівні дає змогу його концентрації і узагальнення на організаційному рівні за умови функціонування ЕКЗ. Це особливо важливо з огляду на екологічне лицарство та дещо екстравагантну діяльність Грінпісу («хіба ревуть воли, як ясла повні?»), є свідченням на користь переходу від імпульсної спорадичної боротьби до невинної еволюційної діяльності у правовому полі ЕКЗ.

Бажано, щоб конструювання ЕКЗ стало пріоритетним серед завдань, які вирішує ООН, оскільки екологічні кризи різних рівнів здатні спричинювати руйнування і забирати людські життя у масштабах, порівняних з бідами від малих та великих військових конфліктів. Бажано, щоб норми ЕКЗ знайшли відображення, з урахуванням національної специфіки, у відповідних нормативних актах держав, які підписали ЕКЗ.

Оскільки сферою застосування ЕКЗ мають бути практично усі напрями людської діяльності: культура, наука, освіта, різні види господарювання, доцільно, щоб цей документ мав структурну ієрархію. Перший (верхній) рівень (рівень норм) — власне ЕКЗ — сукупність відносно невеликої кількості статей принципово засадничого характеру. Другий рівень (рівень нормативів) — деталізація і конкретизація вимог відповідних норм. Можливий і третій рівень (методичний) — узагальнені методики, різні інструктивні матеріали, пов'язані з досягненнями відповідних норм, прогнози та оцінки.

За такої концепції побудови ЕКЗ її перший рівень є у часі тривало сталим, другий — стало-змінним (час від часу можливі корекції), третій — динамічний.

Запропонована конструкція ЕКЗ укупі з інституціями забезпечення її норм може дати змогу ефективніше долати складний шлях до головної мети: сталого розвитку та екологічної безпеки планети задля безпечного та комфортного існування на ній людини.

Прийняття ЕКЗ може спричинити руйнацію таких стереотипів людської свідомості, як «природа все стерпить: і наші техногенези, і наші військові змагання» (псевдо оптимістичний) та «наближається кінець світу (людського), бо зупинити науково-технічний прогрес з його жажливими для Природи (отже, і для людей) наслідками і повернутись до печер неможливо» (суто песимістичний) і започаткувати створення культурогеми гармонічних взаємин Заводу і Саду. Прийняття ЕКЗ і впровадження у життя її норм надасть новий підхід у діяльності ООН, внесе новачії XXI-го століття у міжнародну співпрацю.

ЕКЗ може внести певні корективи у діяльність політичних партій і громадських рухів. Так, антиглобалісти від протестних шоу (глобалізація є реальним наслідком науково-технічного прогресу, який ніякими протестами не зупинити) зможуть перейти на її базі

до боротьби за ліквідацію конкретних соціальних негараздів, обмеження свавілля транснаціональних корпорацій. У цьому випадку боротьба відбуватиметься у межах правового поля, отже, носитиме ефективніший характер.

Вибір конструкції (структури) ЕКЗ та інституцій, забезпечення практичної реалізації її норм є відповідальним завданням, але, врешті-решт, не має проблемного характеру.

Суттєво складнішим є змістове наповнення компонентів ЕКЗ. Наприклад, існують проблеми в економічній та правовій площинах щодо визначення внеску у екологічні збитки на певній території, спричинені діяльністю на цій території декількох об'єктів, транспортацією забруднення від об'єктів, розташованих за межами території, оцінки негараздів, які проявились нині, але викликані функціонуванням джерела забруднення у минулому. Оцінка екологічних збитків ускладнена ще тим, що ефект від дії різних забруднень не має адитивного характеру. Взаємна дія декількох забруднень на певний реципієнт може викликати ефект, відмінний від дії кожного з них. Зрозуміло, що окрім того, існують ще проблеми коректності визначення економічних збитків екологічного походження.

Туризм — одна з небагатьох галузей економіки, яка завдяки покращенню якості природного довкілля має змогу отримувати вищі прибутки, і, крім того, додатково соціальний ефект [4:214].

Витрати на збереження чи створення комфортного навколишнього природного середовища настільки ж продуктивна для індустрії туризму, як інвестиції в об'єкти інфраструктури, такі як порти чи дороги [8:307].

Спеціалізація певних територій на рекреаційному обслуговуванні потребує особливого ставлення до розміщення таких галузей економіки, які безпосередньо не пов'язані з рекреаційним господарством, а часто є несумісними з рекреацією.

У випадку регіонів, які межують з іншими країнами необхідно враховувати не тільки розвиток національного господарського комплексу регіону, узгодженого з розвитком своєї країни, але і його розвиток у зв'язку зі структурою господарських комплексів суміжних країн, можливістю сумісної експлуатації (для добробуту цих регіонів) природних ресурсів прикордонних територій, дотримання екологічного балансу [7:141].

Туризм є найбільш універсальним з усіх видів рекреаційної діяльності і який не вимагає значних грошових витрат. Проте, це найбільш впливова на економічну ситуацію галузь відпочинку і спорту, оскільки вплив туристів на екосистеми відбувається на значній площі.

Не тривіальною є і проблема соціальних забруднень. Перш за все зазначимо, що існує досить поширена традиційна думка, що соціальні відносини не є об'єктом екологічних досліджень, як і анахронізм, що екологія — це щось пов'язане лише з біологією. Безумовно, що людська популяція має суттєві особливості щодо популяцій інших живих організмів, але при цьому вона залишається частиною біоти і на неї розповсюджується дія основних екологічних законів.

Якщо фізичне, хімічне та інші види забруднень мають матеріальних носіїв і спричиняють на реципієнтах негативні ефекти матеріальної природи, то соціальні забруднення носять морально-етичний характер, але можуть спричинювати на реципієнтах знов таки негативні ефекти матеріальної природи. Особливістю цього виду забруднень є те, що джерело і реципієнт той самий об'єкт. Подібна ситуація має місце і при інших видах забруднень, та у людей існує ще й таке поняття як свобода особи, права людини.

Наприклад, проблема нетрадиційних статевих стосунків. Має право та чи інша особа на такі стосунки? Мабуть, оскільки у неї об'єктивно існує механізм, що спонукає до цього. Таке ж саме право має людина хворіти на грип чи туберкульоз. Але нетрадиційна орієнтація є аномальною тому, що не виконується основна функція продовження роду людського. Уявимо, що всі стали нетрадиціоналами. Що буде з людством? Зникне, або перейде на біотехнологічні методи (штучне запліднення, клонування тощо). Прекрасна перспектива відтворення людської популяції!

Коли засоби масової інформації розповсюджують і пропагують дані про одностатеві шлюби, чи не слід їхні дії вважати джерелами соціальних забруднень і оцінювати це подібно до свідомого розповсюдження інфекцій?

Відомо, що кожна людина володіє механізмом, який у стані викликати агресивну поведінку. Людство має апробовані рецепти реакцій на випадки агресивних дій, у тім числі і у правовому полі. У даному випадку принципових проблем не існує. Виникають вони при оцінюванні різноманітної продукції (друкованої, електронної тощо), яка пропагує насильство. Чи потрібно за таких обставин обмежуватись моральним осудженням або заборонаю до розповсюдження? Часто такі заходи лише підвищують рейтинг (отже, і ціну) цієї продукції. Можливо слід розглядати її як неякісний шкідливий товар з розповсюдженням відомих санкцій щодо товарів такого типу.

У економічно розвинених країнах існує ще одна проблема: надспоживання, яка, на жаль, почала розповсюджуватись і на інші країни. «Вейстингове» (престижне) споживання — це, з одного боку, нераціональне витрачання ресурсів, у тім числі невідновлюваних, і додаткові проблеми, з відходами з іншого. Елементарні карально-заборонювальні заходи у цьому випадку не ефективні (подібно до «сухого закону»), адже ж «красиво жити не заборониш». Залишається нехвальна громадська думка, сформована не на засадах осудження, а духовної недолугості подібного відношення до побуту та надання реальної шкоди довкіллю. Можливе і застосування економічних важелів до виробників «вейстингових речей» за суттєво скорочений «життєвий цикл» цих виробів та, відповідно, швидке їх потрапляння у відходи.

За час свого існування на Землі соціум упевнився у необхідності дотримання деяких фундаментальних імперативів морального характеру, які є обмежувальними щодо дій конкретного індивіда у суспільстві. Нині маємо досить доказів необхідності дотримання вимог екологічного імперативу — певних обмежень щодо дії суспільства у природному середовищі.

Наведені приклади із великої низки проблем, які треба вирішувати при створенні ЕКЗ, підкреслюють багатоплановість та складність цього процесу, але вже сам факт цієї роботи сприятиме появі у людського загалу більшої зацікавленості щодо екологічних проблем, підняттю рівня екологічної свідомості та, можливо, знайде певне відображення у практичній діяльності, під гаслом, що екологічна безпека є запорукою безпечнішого існування людини на Землі.

#### Література

1. Голубець М. А. Екосистемологія. — Львів: ПОЛІП, 2000. — 277 с.
2. Голубець М. А. Плівка життя. — Львів: ПОЛІП, 1997. — 186 с.
3. Вернадський В. И. Размышления натуралиста. Научная мысль как планетное явление. — М.: Наука, 1977. — 192 с.
4. Мельник О. В. Якість довкілля як чинник формування туристичної привабливості території // Вісник Нац. універс. «Льв. Політ.» «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». — В-во НУ «ЛП». 2003. — № 478. — С. 212–217.
5. Пагутяк Г. Екологічна конституція Землі: поміж минулим і майбутнім. Вища школа, 2006. — № 1. — С. 83–88.
6. Печчеи Луреліо. Человеческие качества. — М.: Прогресс, 1985. — 132 с.
7. Свентозільська У. М. Реабілітація та рекреація як складові розвинутого туризму // Вісник ЛПЕТ. — 2006. — № 1. — С. 140–143.
8. Стадницький Ю. І. Українські Карпати як привабливий регіон для розміщення підприємств з високими вимогами до якості довкілля // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Природно-ресурсний потенціал в системі просторового розвитку. / Ін-т регіон. дослідж. НАН України. — 2004. — Вип. 2 (XLVI). — С. 306–309.
9. Туниця Ю. Ю. Екологічна Конституція Землі: сутність і концептуальні засади // Вісник НАН України. — 2005. — № 11. — С. 32–42.

Гулянич Р. С., Рожко І. М., Яремчишин А. А.

## НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

*У статті автори розкрили найважливіші напрямки розвитку інфраструктури активного гірського туризму. На базі європейського досвіду маркування та закування туристичних шляхів авторами запропоновано концепцію маркування і закування національних туристичних шляхів в Україні.*

В Україні спостерігається стійка тенденція до розвитку туризму та туристичної інфраструктури. Особливо чітко це спостерігається в Українських Карпатах, де особливо популярним є зимовий відпочинок у гірськолижних туристичних центрах. Проте, літнім активним видам відпочинку, які є перспективними для розвитку туристичної індустрії, приділяється ще надто мало уваги.

Подорожі з активним способом пересування вважають одним з наймасовіших видів туризму. Це туризм з активною діяльністю людини під час мандрівки. До нього відносять пішохідний, велосипедний, лижний, водний, кінний та інші види туризму. Туристичний продукт тут формується на основі маршрутів, які відрізняються за метою, наповненням (тематикою об'єктів огляду), тривалістю, формою побудови, рельєфом поверхні, розрахованих на різну категорію туристів. Для забезпечення доступності до туристичних об'єктів широкій категорії туристів, безпеки подорожі, інформаційної наповненості та якості туристичного продукту створюється відповідна інфраструктура, достатньо добре розвинена практично в усіх країнах Європи.

Одним з важливих елементів цієї структури є мережі знакованих туристичних шляхів, для різних видів туризму. Згідно рекомендацій, які вироблені провідними міжнародними організаціями в галузі активного туризму — Європейською Велосипедною Федерацією та Європейською Спілкою Мандрівників — з кінця минулого століття впроваджується новий підхід до знакування туристичних шляхів. Яскравим прикладом цього є розроблені та впроваджені вже в багатьох країнах мережі трансєвропейських шляхів (велосипедна — EuroVelo, пішохідна — European long-distance tracks з виходами на Україну). Враховуючи рекомендації цих організацій та досвід знакування шляхів в багатьох країнах Європи, ініціативною групою львівських туристів розроблено уніфіковану систему знакування туристичних шляхів для різних видів активного туризму, опублікована інструкція, яка пройшла попередню експертизу в представництві Національного стандарту України в Західному регіоні — НДІ «Система» [1], проводяться роботи з її впровадження на загальнодержавному рівні.

При розробці цієї системи знакування були враховані переваги як західноєвропейських ROS так і центральноєвропейських OES систем [3:20–25, 4:15]. Зокрема — розширені можливості для створення розгалуженої мережі шляхів західноєвропейських систем та спроби універсалізації знаків у країнах Центральної Європи [5:45, 6:115, 7:25]. У результаті створена оригінальна уніфікована система знакування туристичних шляхів для різних видів активного туризму відносно дорожніх стандартів України та рекомендацій міжнародних організацій, яка при впровадженні може стати повноцінним туристичним продуктом України. Це дасть змогу створити мережі однозначно ідентифікованих туристичних шляхів з різних видів активного туризму. При цьому пропонується сформулювати єдину національну мережу, структуровану відносно адміністративно-територіального поділу України та її географічних утворень.

Інструкція встановлює класифікацію туристичних знаків, які служать для орієнтації та вибору напрямків руху туристів, класифікацію туристичних шляхів для різних видів активного туризму, правила та порядок розміщення знаків на туристичних шляхах, вимоги до їх виготовлення та встановлення.



Туристичні знаки поділяються на вказівні, підтверджувальні, інформаційні та попереджувальні. Вказівні знаки вказують напрямок руху, підтверджувальні підтверджують даний шлях, інформаційні надають додаткову інформацію про туристичні об'єкти. Попереджувальні сигналізують про можливу небезпеку на певному відрізку туристичного шляху та його особливості.

У залежності від способу пересування туристів шляхом розрізняють пішохідні, велосипедні, водні, лижні та кінні туристичні шляхи. При цьому на знаках пішохідного способу пересування встановлюється жовтий колір маркера, велосипедному — зелений, лижному — червоний, водному — синій та кінному — чорний.

Категорія та порядковий номер шляху розрізняється за допомогою номера. Шляхи поділяються на такі категорії: міжнародні, національні, регіональні, місцеві та екскурсійні, які позначаються літерно-числовим та числовими кодами. Міжнародні шляхи прокладаються по території України та інших держав, і позначаються на основі міжнародних домовленостей за допомогою літерно-числового коду (наприклад E8, R4).

Шляхи національного значення прокладаються по територіях кількох регіонів (областей) України, які входять до складу різних географічних утворень і передбачають багатоденне подорожування по ньому. Позначаються числом від 1 до 9.

Шляхи регіонального значення прокладаються по територіях сусідніх регіонів або в межах одного географічного утворення України і передбачають кількадеденне подорожування по ньому. Позначаються числом від 10 до 99.

Шляхи місцевого значення прокладаються в межах однієї області України, на яких передбачена хоча б одна ночівля. Позначаються числом від 100 до 999.

Екскурсійні (прогулянкові, навчальні, підхідні), що прокладаються в межах певної туристично-рекреаційної зони, населеного пункту або одного туристичного об'єкту, з'єднують їх з шляхами інших категорій і розраховані на нетривалу подорож. Позначаються числом від 1000 до 9999.

Загалом національна мережа передбачає прокладання по території України 10 національних, 90 регіональних, 900 місцевих туристичних шляхів та 9000 екскурсійно-прогулянкових шляхів для кожного з активних видів туризму з однозначною ідентифікацією їх на місцевості.

Проте, знакування туристичних шляхів породжує багато питань. По-перше чи потрібне знакування як таке. Існує ряд думок, що взагалі не потрібне жодне позначення туристичних шляхів оскільки це приведе до зниження естетичної цінності та туристичної привабливості природних ландшафтів Українських Карпат. У зв'язку з цим треба чітко розставити акценти для чого потрібно фахове знакування.

Найбільшим аргументом щодо цієї необхідності є безпека проведення туристичних походів. Досвід показує, що блукання є однією з основних причин травматизму та інших нещасних випадків при проведенні туристичних мандрівок. Знакування суттєво знижує ймовірність блукання і, відповідно, супутніх небажаних наслідків. При цьому важливим є вчасне встановлення свого місцеперебування як для самих мандрівників так і для організації пошуково-рятувальних робіт.

Наступна дилема, яка викликає дискусію — чи варто притримуватися звиклої системи маркування чи переходити на знакування. У порівнянні із маркуванням знакування має ряд суттєвих переваг. По-перше — це інформативність. Маркування в основному виконує функцію підтверджувальних знаків. Інформаційно-вказівні знаки спрощують орієнтування на місцевості і у поєднанні із підтверджувальними значно зменшують кількість знаків (маркерів) на шляху. Це ще один важливий аргумент проти зниження естетичної цінності ландшафтів і присутності кольорового дискомфорту на туристичному маршруті. Особливо

це стосується ділянок спільного проходження кількох шляхів з одного виду туризму, чи місцевості з цікавими туристичними об'єктами, де функцію додаткового знаку відіграє нанесення додаткового номера шляху на існуючому знаку. З іншого боку маркування не може забезпечити уніфікованості для різних видів туризму і викликатиме небажану плутанину в сприйнятті та розпізнаванні туристичних шляхів і позбавить реальної можливості стандартизації системи знакування.

Саме тому практично у всіх сучасних європейських системах знакування використовуються знаки, які служать для орієнтації на маршруті а також містять додаткову інформацію. Варто зазначити, що інформативність знаків сучасних систем знакування значно збільшена завдяки використанню додаткових розрізняючих елементів знаку та розширенню асортименту знаків з метою представлення додаткової корисної інформації для туристів.

Колір маркера в нових системах знакування практично не використовується в якості основного розрізняючого елемента для шляхів одного виду туризму через невелику кількість основних кольорів (червоний, жовтий, зелений, синій), що застосовуються у практиці знакування, а отже й обмеженості створеної таким чином мережі однозначно розрізняваних туристичних трас. Ці обмеження стосуються як кількісної характеристики такої мережі, так і територіальної. Іншими словами, такий підхід дає можливість створити географічно локалізовану мережу (в межах одного туристичного центру або оглядового об'єкту) з невеликою кількістю ознакованих шляхів.

Підхід, який використаний міжнародними організаціями European Ramblers' Association — ERA, European Cyclists Federation — ECF, дозволяє створити повноцінну мережу знакованих туристичних шляхів будь-якого масштабу, в тому числі і загальноєвропейського. Нами запропоновано модель загальноукраїнської мережі, яка відповідає цій концепції і в разі її впровадження може стати складовою частиною трансєвропейської мережі туристичних шляхів The European Route Network та її складових (The European Long-Distance Tracks, The European Cycle Route Network). В основу цієї концепції покладено використання в якості розрізняючого елемента поряд з кольоровим маркером літерно-цифрового коду шляху.

Таке поєднання дає можливість поряд із підвищенням інформативності знаків та розширенням мережі однозначно ідентифікованих туристичних шляхів, покращити розпізнавальні характеристики їх в умовах різної видимості. Це зв'язано з розміщенням на знаках контрастних інформаційних елементів — номерів. Фізіологія зору людини дозволяє з більшим успіхом розрізняти контрастні зображення, порівняно з кольоровими.

Завдяки використанню знаків для позначення туристичних шляхів вдалося частково усунути негативний вплив залежності відстані сприйняття зображення маркера від його кольору (спектральних характеристик світла). В нашому випадку маркери червоного та жовтого кольорів (найкраще розрізняваних в поганих погодних умовах завдяки кращому проходженню світла з більшою довжиною хвиль) пропонується використовувати для позначення відповідно лижного та пішого способів пересування, як таких, що містять найбільшу потенційну небезпеку для туристів, особливо в гірських районах. При цьому знаки для пішохідного туризму (жовтий колір) неможливо сплутати навіть на великій відстані з знаками для лижного чи велосипедного, які найчастіше можуть бути присутні в районі подорожі, завдяки застосуванню інверсії контрасту його інформаційних елементів. Подібна методика вже довгий час використовується дорожніми службами різних країн для інформування учасників дорожнього руху.

Велике значення мають форма знаків та вигляд зображень, що наносяться на них. Форма і розмір знаків, які встановлюються на туристичних шляхах, що проходять вздовж автомобільних доріг повинні відповідати принципу вибіркової інформативності, тобто не

відвертати увагу водіїв механічних транспортних засобів, які пересуваються з більшою швидкістю, ніж туристи активними способами пересування. У цей же час самі зображення на них повинні бути максимально зрозумілі всім учасникам дорожнього руху і тому повинні містити елементи діючих дорожніх стандартів. Це також є необхідною умовою успішної стандартизації системи знакування.

#### Література

1. Гулянич Р., Рожко І., Яремчишин А. Проблеми знакування туристичних шляхів в Україні // Сучасні проблеми і тенденції розвитку географічної науки. Матер. міжн. конференції до 120-річчя географії у Львівському університеті. — Львів, 2003. — С. 223–225.
2. Знакування туристичних шляхів // Клімашевський А., Гулянич Р., Рожко І., Яремчинин А. та ін. — Львів, 2003. — 21 с.
3. The European cycle route network; Guidelines for Implementation. EuroVelo, 2002.
4. Auf Tour in Europa; Das Habbuch fur die Europaischen Fernwanderwege. EWV, 2002.
5. Instrukcja znakowania szlakow turystycznych PTTK. ZG PTTK, Warszawa, 1998.
6. Osterrechische Weitwanderwege. EWV, 2003.
7. Network News, Reporting on the development of the National Cycle Network. Sustrans, AUTUMN, 2004.

Березівський З. П., Східницька Г. В.

## РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ ЯК НАПРЯМУ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ В ПРИКАРПАТТІ

*У статті проведено аналіз стану агротуризму в Україні. Розроблено пропозиції щодо розвитку агротуризму як напрямку аграрного бізнесу Прикарпаття. Визначено види рекреаційної діяльності, що можуть бути запропоновані для здійснення агротуризму в регіоні.*

Життя сучасного суспільства вимагає наукових досліджень в різних галузях підприємницької діяльності, серед яких однією з найперспективніших є туризм. Туристична галузь на сьогодні розвинена не в повну міру, і тому потрібне вивчення нових концепцій формування попиту на туристичні послуги в окремих регіонах, зокрема в сільській місцевості.

Агротуризм вважається перспективним видом сільського бізнесу в багатьох регіонах України та є однією з форм розвитку підприємництва на селі. В Україні під агротуризмом розуміється організація перебування туристів родиною сільськогосподарського виробника у власному його господарстві.

Найперспективнішими для розвитку агротуризму вважаються гірські і передгірські райони Львівської області. У гірській зоні Карпат знаходяться центри зимового спортивного відпочинку, зони традиційного спортивного туризму. Передгірські райони характеризуються зручнішим розташуванням відносно обласного центру, основних транспортних шляхів сполучення, відносно низьким рівнем сільськогосподарського освоєння території. Здійснення інвестиційної діяльності в рекреаційно-туристичній сфері передбачає відповідне управління цим процесом, основна мета якого — забезпечити найефективнішу реалізацію сильних сторін. Потенційні можливості даної сфери наступні: стабільна політична ситуація в Україні; зростання економіки, підвищення рівня доходів населення; сприяння розвитку приватного підприємництва; зростаючий інтерес іноземних рекреантів і туристів до України; залучення інвесторів тощо. Для цього необхідно розв'язати наступні основні завдання:

- підвищення якості послуг і сервісу обслуговування, що сприятиме зростанню соціальної ефективності оздоровлення і відпочинку населення;
- впровадження ринкових механізмів та нових форм управління в рекреаційній сфері, підвищення її економічної віддачі до рівня високопродуктивних галузей;
- домогтися максимізації прибутку від інвестиційної діяльності та забезпечити мінімізацію інвестиційних ризиків;
- забезпечити фінансову стабільність і платоспроможність суб'єктів господарювання в процесі реалізації інвестиційних програм [3:70–76].

Вирішення вищенаведених завдань вимагає застосування досконалого організаційно-економічного механізму управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері, який слід розглядати як систему фінансово-економічних важелів, спрямованих на здійснення ефективної інвестиційної діяльності в даній сфері і окремих інвестиційних процесів. Характерною особливістю агротуризму є передбачення можливості безпосередньої участі відпочиваючих у робочому процесі як форми розрахунку за надані агротуристичні послуги. Види рекреаційної діяльності в агротуризмі можуть бути наступними (табл. 1) [1:214–217].

За період 2003–2004 рр. в цілому по Україні послугами господарств, що забезпечують агротуристичні послуги скористалось відповідно 7 і 9 тис.чол. У селах України проводять відпочинок близько 1 % туристів, тоді як у Європі — 15 %. Отже, становлення агротуризму в Прикарпатті залишається справою майбутнього, оскільки Прикарпаття вважається одним з найперспективніших регіонів для його розвитку.

Основними позитивними факторами розвитку агротуризму у Прикарпатті є:

- природні фактори — наявність екологічно чистих територій з високим рівнем заліснення, високою часткою в структурі сільськогосподарських угідь, сінокосів і пасовищ;

Таблиця 1.

**Види рекреаційної діяльності, що можуть бути запропоновані  
для здійснення агротуризму в Прикарпатті**

| Види рекреаційної діяльності Прикарпаття  | Форми агротуризму   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>— прогулянки</li> <li>— спорт (спорт.орієнтація)</li> <li>— школи виживання</li> <li>— вивчення крайових образів</li> <li>— відвідування пам'яток</li> <li>— відвідування сільських територій</li> <li>— кінна їзда</li> <li>— спостереження природи</li> <li>— спиначка</li> <li>— бігові лижі, спуск на лижах з гір, ковзани</li> <li>— буєри</li> <li>— калкарство</li> <li>— переправи, веслування, парусний спорт</li> <li>— плавання, занурення у воду</li> <li>— рибальство</li> <li>— водні велосипеди, велосипеди</li> <li>— збирання грибів, збирання дарів лісу</li> <li>— збирання трав, польових квітів</li> <li>— свята в селі</li> <li>— сільські забави</li> <li>— дожинки, обжинки</li> <li>— участь в локальному житті, пізнання локальної культури</li> <li>— знайомство з давніми технологіями виробництва продукції</li> <li>— навчальні екскурсії</li> <li>— малі конференції</li> </ul> | <p><i>пов'язані з сільським господарством</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— спостереження за с/г роботами</li> <li>— участь в с/г роботах</li> <li>— спостереження за с/г тваринами</li> <li>— розмови про с/г виробництво</li> <li>— робота на грядці для гостей</li> <li>— знайомство з виробництвом і переробкою с/г продукції</li> <li>— збирання ягід</li> <li>— дегустація продукції господарства</li> <li>— закупівля продукції господарства</li> <li>— фотографування тварин і с/г робіт</li> </ul> <p><i>не пов'язані з сільським господарством</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— дитячі забави на ігровому майданчику, на сіні тощо</li> <li>— рекреаційні заняття в силовому залі, на стежці здоров'я, на площі перед будинком</li> <li>— кеглі, бадмінтон, лук, більярд, настільний теніс, волейбол, мінігольф, міні-баскетбол</li> <li>— настільні ігри, карти</li> <li>— кулінарні атракції, приготування національних страв</li> </ul> |

— поширення інших видів туризму в гірських районах, наявність відомих далеко за межами України курортів, що створює сприятливий для розвитку агротуризму імідж регіону;

— наявність у сільській місцевості пам'яток історико-архітектурного характеру, збереженість культурних традицій і традиційних промислів, велика питома вага невеликих сільських поселень, часто — хуторного типу;

— прикордонне розташування району дозволяє переймати досвід Польщі, в якій агротуризм відрізняється високим рівнем розвитку, залучати до відпочинку зарубіжних туристів.

Організаційно-економічний механізм управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері України повинен формуватись з урахуванням наступних вимог: створення відповідного контролю за співвідношенням потоків реального та задекларованого капіталів; спрямування інвестицій на розгортання новітніх наукомістких високотехнологічних методів рекреації і туризму; орієнтацію на сприяння створенню сучасної ринкової інфраструктури. [1:167–171].

Серед інших складових розв'язання проблем розвитку сільського туризму винятково важливе місце необхідно відводити:

— забезпеченню ефективного функціонування і виведення на якісно вищий у всіх відношеннях рівень розвитку сільського;

— прискореному відтворенню (відродженню) соціальної інфраструктури сільських поселень як однієї з найважливіших передумов їх збереження від соціальної та виробничої деградації, передусім у частині збереження і поступового нарощування людського капіталу;

— підтриманню екологічної надійності сільських територій, збереженню природних, у тому числі рекреаційних, особливостей кожної з них, включаючи захист від згубних впливів людської діяльності й негативних погодних впливів [2:70–76].

Облаштування кімнати для агротуристів з підвищеною комфортністю вимагає певних капітальних витрат (лише на сантехніку, будівельні матеріали, та інше обладнання — не менше 1 тис. євро). Власнику витрати окупляться лише в тому випадку, коли кімната буде зайнята туристами не менше 50 днів у рік. Такий рівень заповнення туристами оселі може бути досягнутий у популярних для відпочинку місцевостях в гірських районах та у рекреаційно-курортних зонах Прикарпаття.

Проведене нами опитування жителів окремих сіл Старосамбірського району свідчить, що залежно від сервісу добова вартість проживання з харчуванням може коливатися від 50 грн. за кімнату до 130 грн. з особи. Водночас за вартістю надаваних туристам послуг слід розділяти оселі, які можна віднести до особистих селянських господарств, і розташовані у сільській місцевості об'єкти туристичної індустрії, де перебування протягом доби може обійтися туристу в суму до 150 доларів США.

Отже, агротуризм може активно сприяти розвитку місцевого малого бізнесу в сільській місцевості, даючи можливість сільським жителям і власникам фермерських господарств одержувати додатковий дохід. Одночасно це є вид відпочинку для жителів несільської місцевості в якості агротуристів, за час якого вони мають можливість органічно поєднати приємне з корисним і цікавим — ознайомитися з етнографічними особливостями окремих регіонів.

Забезпечення умов для розвитку агротуризму в певній мірі може сприяти більшому залученню до розвитку вітчизняної економіки іноземних інвестицій, оскільки цей сектор бізнесової діяльності широко відомий у світі і характеризується високим рівнем віддачі на вкладений капітал.

Для розвитку агротуризму в Україні потрібна належна підтримка з боку держави у вигляді низьковідсоткових кредитів на потреби розвитку агротуризму, облаштування відповідних базових господарств, бюджетного фінансування організації навчання потрібних спеціалістів у вищих навчальних закладах аграрного та туристичного профілю.

#### Література

1. *Кифяк В., Кифяк О.* Розвиток туризму та його вплив на економічну ситуацію регіону // *Регіональна економіка*. — 2001. — № 2. — С. 167–171.
2. *Петрович Й., Гавран В.* Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері // *Регіональна економіка*. — 2001. — № 1. — С. 70–76.
3. Регіональні умови розвитку сільських прикордонних регіонів Польщі і України / За ред. Г. Черевка, В. Липчука, Г. Іваницької. *Агротуризм як напрям розвитку агробізнесу в сільських прикордонних регіонах України*. — Жешув–Львів, 2003. — С. 173–187.
4. *Яців І. Б.* Перспективи розвитку агротуризму у Львівській області. — Львів, 2004.

Лисевич М. В.

## ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ І ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Здійснено комплексний аналіз туристичного потенціалу області, зокрема найпривабливіших видів туристичного ресурсу. Обраховано й спрогнозовано економічні показники нинішнього й потенційно можливого в майбутньому ринку туристичних послуг.*

Тернопільщина, якщо брати до уваги її туристично-економічний аспект, є парадоксальним краєм. З одного боку — наявність колосального туристського потенціалу: природного (клімат, каньйони, гори, печери, водоспади) та історико-релігійного (всесвітні святині, церкви, замки, палаці). З іншого — майже абсолютна відсутність інфраструктури (турбази, комплекси, санаторії, готелі, хостели, атракціони, дороги, вказівники, зрештою туалети).

І все ж, на думку багатьох спеціалістів, враховуючи економічну ситуацію, іншого шляху, крім розвитку туризму нарівні з переробним комплексом, сільським господарством і виробництвом будівельних матеріалів, в області немає.

### ОСНОВНІ ВИДИ ТУРИСТИЧНОГО РЕСУРСУ ТЕРНОПІЛЬЩИНИ

*Релігійно-паломницький ресурс.* Він є найстабільнішим, більше того, таким, що постійно розвиватиметься, незалежно від кліматично-погодних умов і від політико-економічної кон'юнктури.

Область давно стала маленьким Єрусалимом для паломників різних конфесій. Щороку мільйони віруючих з усієї України та багатьох країн світу прибувають до нас.

Так Свято-Успенська Почаївська лавра поряд з Києво-Печерською належить до найбільших православних святинь світу.

А Марійський духовний комплекс у Зарваниці для греко-католиків усього світу є головною святиною. До речі, цей комплекс визнаний кращим архітектурним об'єктом в Україні за 2004 рік.

Римо-католиків, та й не тільки їх, без сумніву, приваблює чи не єдиний у світі мавзолей монашок у Ялівці Буцацького району. Саме в цьому містечку свого часу було засновано Орден Сестер Непорочного Зачаття.

А чого вартий унікальний і мальовничий печерний храм у селі Монастирок Борщівського району. До IX ст. він був язичницьким, а пізніше — християнським. У ньому зберігся наскальний образ Ісуса Христа, якому вже понад тисячу років. Між іншим, це не єдиний такий храм у печері в області. Найбільш відомі з них знаходяться у Рукомиші Буцацького району і в Державному заповіднику «Медобори».

Західних туристів в останні роки надзвичайно приваблює давня дерев'яна архітектура. На Тернопільщині збереглося понад сотню дерев'яних церков. Вік деяких з них сягає в глибину 14–16 ст.

До релігійно-паломницького туризму можна віднести й так званий ностальгійний туризм. Мова йде про повернення до витоків історії свого народу, свого родоводу. У цьому аспекті Тернопілля може бути цікавим насамперед для євреїв і поляків, а також для росіян, чехів, інших народів. Цей фактор не останній для розвитку в'їзного туризму в нашому регіоні. Зрештою, таким чином можна було б заодно вирішити проблему занедбаності багатьох історично цінних кладовищ, в першу чергу єврейських та польських.

*Спелеологічний туризм.* Земля Тернопільська — край, в якому паралельно існують два світи — підземний і наземний. Підземний світ — це світ печер.

У світі поки що не відкрито інших таких великих горизонтальних гіпсових печер із специфічною будовою. Розташовані вони на глибині від 10 до 50–60 метрів під землею. В області, яка територіально є однією з найменших в Україні, сьогодні їх налічується більше сотні. Але спелеологи та туристи й тепер відкривають нові печери. У центрі Європи у XXI столітті ще можливі географічні відкриття! Більше того, існує думка, що в області відкрито лише 20 % печер, а ще 80 % з них чекають на свого першовідкривача.

Але, на жаль, екскурсійний освітлений маршрут поки що діє тільки у печері Кристалній, що в селі Кривче Борщівського району.

А печера Оптимістична (довжина розвіданих ходів становить 214 км) занесена в книгу рекордів Гінеса як найбільша у світі гіпсова печера і як друга в світі серед вапнякових. Утім, якщо буде знайдено сполучення з печерою Голубі Озера (120 км), що вважають учені, цілком ймовірно, то Тернопілля матиме найбільшу в світі печеру. Печера Голубі Озера, як видно з назви, надзвичайно цінна своїми підводними плесами.

Немає сумнівів, що через рік-другий печера Вертеба поблизу села Більче-Золоте того ж району стане відомою всьому світу. Тут створюється чи не перший на планеті музей у печері — музей археології і трипільської культури, музей епохи неоліту. Справа в тому, що за кількістю і багатством знахідок предметів матеріальної культури різних епох Вертеба не має рівних серед інших печер світу. Саме тому археологи називають її Наддністрянською Помпеєю.

Серед інших печер, які можна обладнати під екскурсійні, можна виділити Млинки у Чортківському та Нагірянську у Заліщицькому районах.

Перевага спелеотуризму теж полягає в тому, що він невіддільний кліматичним умовам: чи зима, чи літо, а під землею постійно 11–14 градусів тепла.

*Пам'ятки архітектури.* На сьогодні точно відомо, що більше третини всіх українських замків та їх руїн зосереджені на Тернопіллі. Найкраще зберігся палацово-замковий комплекс у Збаражі. Вражає своєю неприступністю замкова гора Бона у Кременці. Чекають своїх господарів та інвесторів, які перетворили б їх у туристські комплекси, замки та вежі у Кривчому та Скалі-Подільській Борщівського району, Бережанах, Золотому Потоці і Язловці Бучацького району, Скалаті Підволочиського району, Тереховлі, Микулинцях Тереховлянського району, Чорткові та інші.

Дуже подобаються туристам мальовничі замкові руїни у Ниркові Заліщицького району, у Вісічці і Кудринцях Борщівського району та в багатьох інших селах та містечках.

Серед архітектурних пам'яток «мирного характеру» найцікавішими є центральна частина Бережан та Кременця, ратуша у Бучачі, палаци у Коропці Монастирського району, Білокриниці Кременецького району, мисливський палац у селі Рай Бережанського району, палац та ландшафтний парк у Вишнівці Збаразького району.

До речі, в Тернопільській області діють два Державних історико-архітектурних заповідники з 10, що є в Україні (це Кременецько-Почаївський та Бережанський), один Національний історико-архітектурний заповідник з чотирьох (це «Замки Тернопільщини» з центром у Збаражі). Подібного нема в жодній іншій області нашої держави.

*Рекреаційний потенціал.* Природні пам'ятки. Неповторна унікальна природа Тернопільської області є потужним магнітом для кількаденного або багатоденного відпочинку. На жаль, сьогодні це більше відпочинок в наметі, а не в туркомплексі.

На Тернопільщині нараховується 542 пам'ятки природи. Це п'ята частина всіх пам'яток природи, що є в Україні.

Про печери як унікальну відмінність Тернопільської області і, загалом, таємничу складову природи, ми вже говорили вище. Але, висловлюючись образно, Тернопільщина є лідером і за наявністю деяких інших природних об'єктів. Зокрема, це водоспади або їх каскади. Найбільш цікаві — це Джуринський, Русилівський та Сокилецький.



Територією Тернопільщини протікає одна з найкрасивіших річок у Європі і друга за величиною в Україні після Дніпра — Дністер. Його загальна протяжність — 1365 км. Але найкрасивіші береги цієї ріки — на Тернопіллі.

Традиція сплавів у цих місцях сягає понад 70 років. Бажання «пройтися» по Дністру приваблювала і й донині приваблює мандрівників з різних країн.

У межах Дністровського каньйону створено ландшафтний заказник. Зараз вирішується питання про його реорганізацію у Дністровський національний парк.

На відтинку близько 250 км можна зустріти понад десяток карстових печер і гротів, які знаходяться у вапняках. Їх химерний вигляд з рівня річкового плеса вражає. А невеликі водоспади — «дівочі сльози», що збігають по зарослих густими мохами скелях, які зустрічаються по всьому маршруту, являють собою унікальної краси видовище.

Дністровські схили містять велику кількість рідкісних рослин, тварин, птахів.

Теплий, по суті, субтропічний клімат у каньйоні відрізняє цю місцевість від інших територій України — стіни каньйону затримують сонячне тепло, через що влітку дощів тут майже не буває, а навесні природа оживає на 2–3 тижні швидше. До другої світової війни на Дністрі відпочивало панство з багатьох європейських країн, ходили туристичні поїзди, росли пальми, були обладнані пляжі. Залишається одне: відновити це все.

Типовий вигляд у Дністровському каньйоні — круті скелясті або залісненні береги, дика і неторкана природа, мальовничі острови.

У Дністровському каньйоні знаходяться відомі у всьому світі відслонення, які містять у собі давні скам'янілі рештки флори і фауни, яким близько 500 мільйонів років. Скельні відслонення на Дністрі, так звані стінки — це наче геологічна книга сотворіння світу. Подібних пам'яток природи у світі практично немає.

Але Дністровський каньйон не єдиний на Тернопіллі. На півдні регіону майже кожна не те, що річка, а й потічок мають свій каньйон. Найбільш неповторними і красивими є каньйони річок Збруч, Серет, Стрипа, Джурин, Тупа, Циганка...

До річ, земля Тернопільська — край контрастних кліматичних зон. Якщо на півдні Тернопілля клімат близький до субтропічного, середземноморського, то на півночі він холодніший, ближчий до карпатського. Та це й не дивно. На півночі області розкинулися мальовничі Кременецькі гори. Вони займають територію Кременецького та Шумського районів загальною площею близько 20 тисяч гектарів.

Звичайно, Кременецькі гори не такі високі як Карпати, але не менш мальовничі і перспективні. У цих горах можливо розвивати як літній, так і зимовий туризм. Недаремно саме на найвищій горі в урочищі Гниле Озеро збудована найкраща санна траса України, де постійно організовуються міжнародні змагання. Ці гори чекають інвестора, який збудував би там гірськолижні траси і туристські комплекси. У цих горах активний відпочинок напрочуд легко поєднувати з культурним, адже поряд Кременець, Почаїв, Збараж...

Кременецькі гори — це слава історія та захоплюючі легенди. Це місце, де народилася Українська повстанська армія, де збереглися штаб визвольної армії, повстанська церква.

Будемо сподіватися, що незабаром ці гори отримають статус Національного парку. Завершується підготовка необхідної документації.

Серед усіх кременецьких гір найбільш відома як місце релігійного паломництва Божа гора. Вона наче відділилася від основного пасма гір й самотньо стоїть серед поля. На вершині гори б'є джерело холодної води з домішками мінеральних солей. Уся гора вкрита численною рослинністю. Ботаніки нарахували 283 види.

Крім Кременецьких гір туристи можуть скористатися горбистим пасмом Опілля, що простягнувся в Бережанському, Підгаєцькому та Монастирському районах, з його

чудовим Княжим лісом, з рідкісними буковими масивами. Там теж реально можна займатися як літнім, так і зимовим туризмом.

Тим, кого цікавить екологічний туризм, можна запропонувати дивовижний Товтровий кряж — гори, що наче вирости посеред безмежних ланів? Цей чудовий куточок Тернопілля люди назвали Медоборами через густі ліси, сонячні луки і наповнені медом та рососою трави. І саме в цій частині кряжу, на території Тернопільської області з метою збереження унікальних природних комплексів, генофонду рослинного і тваринного світу, використання їх в наукових цілях та природоохоронній роботі утворено у 1990 році природний державний заповідник площею 9455 га. Заповідний режим передбачає заборону у ньому будь-якої діяльності, що порушує природну рівновагу.

Товтрова гряда — це залишок великого бар'єрного рифу, який існував у прибережних водах теплого Сарматського моря 15–20 млн. років тому.

Сьогодні на території Медоборів функціонує три екологічні стежки: «Гостра», «Боліт» та «До пущі відлюдника». Кожна з них це науковий маршрут, повний загадок і таємниць. Довжина науково-пізнавальної стежки «Гостра», складає 1,2 км. Саме на цій горі зростає білий ясенєць, названий у народі «неопалимою купиною». А загалом у Медоборах проростає 120 видів рослин, з яких 29 занесено до Червоної книги України.

Багата територія заповідника і історичними пам'ятками. На горі Бохіт знаходиться святилище, де стояв знаменитий Збруцький ідол (Світовид) — бог давньоруських слов'ян, визначна пам'ятка культури, скульптурне зображення якого знайдено неподалік у ріці. Збруч 150 років тому і сьогодні знаходяться у Краківському археологічному музеї. Поруч ще два язичницьких городища: Говда і Звенигород. Неймовірно, але городища й донині не заростають лісом, хоч пройшло вже чимало століть.

Презентуючи туристичні принади Тернопільської області неможливо обминути той факт, що тут є практично всі види лікувальних вод (зокрема, типу «Моршинська», «Нафтуса», «Друскінінкай» тощо). Але, на жаль, сьогодні практично діє (чи точніше пробує діяти) лише один санаторій «Збруч».

Кілька слів про «зелений» туризм. Його особливість у нашому регіоні полягає в тому, що він поєднав у собі частки трьох давніх українських етнічних земель: Галичини, Волині, Поділля. Звідси неповторний колорит Тернопілля, величезне розмаїття побутових та обрядових традицій, багатющий фольклор, унікальні народні промисли, різноманітна і смачна кухня.

Усе це в поєднанні з потужним туристично-рекреаційним потенціалом Тернопілля створює неабиякі можливості для розвитку сільського туризму.

Кожен, хто побуває на святкуванні Різдва чи Великодня у нашому краї, матиме вражень на все життя.

Серед розмаїття масових народних дійств для туристів найбільш цікавими є Лемківська ватра і Горошівський фестиваль Маланія. Зокрема, Маланія — це таке собі маленьке «ріо-де-жанейро» з українським різдвяним колоритом, яке щорічно відбувається в ніч з 13 на 14 січня, тобто на «старий» Новий рік.

Економічні показники у туристичній галузі Тернопільської області.

Цілком логічним після ознайомлення з цією інформацією постає питання: а що ми з того маємо? Особливо в порівнянні зі світовими тенденціями. А вони такі: туристична галузь є невід'ємною складовою частиною світового ринку і вже давно входить у трійку найприбутковіших галузей.

Офіційні ж статистичні дані подають такі цифри. У 2005 році суб'єкти туристичної діяльності Тернопільської області, а їх було на той час 64, надали послуг туристам на суму майже 8 мільйонів гривень. За рік обслужені майже 25 тис. туристів.

Насправді ж реальний обсяг наданих послуг туристам та екскурсантам на Тернопільщині у минулому, 2005 році, становить не менше 150 мільйонів гривень. Тут враховані

послуги на оздоровлення, проживання, харчування туристів та екскурсантів, на використання транспорту. Лише частково враховані фінансові і страхові послуги, послуги телефонного та мобільного зв'язку, фото та кіностудій, продажу сувенірів тощо. А це ще десятки мільйонів гривень.

Відразу зауважу, що ця цифра ґрунтується не на існуючих статистичних даних, а на Методиці розрахунків обсягів туристської діяльності, розробленої відповідно до рекомендацій з статистики туризму Всесвітньої туристичної організації. Наприклад, за нашими підрахунками в області побувало не менше двох мільйонів паломників, але в жодному статистичному бюлетені цієї цифри ми не знайдемо.

*Про кількість екскурсантів.* Так, у 2005 році суб'єктами туристичної діяльності Тернопільської області були обслужені 17 тис. екскурсантів. Але ця цифра однозначно є невірною, адже після прийняття нової редакції Закону України «Про туризм» екскурсійна діяльність не ліцензується і тому ті фірми, що спеціалізуються на екскурсіях, не звітували. Цією діяльністю займаються і окремі готелі. У той же час точно відомо, скільки екскурсантів побували у наших музеях — 252 тис. осіб.

Теж можна сказати і про автобуси з іноземними туристами. Знову ж таки за приблизними підрахунками щодня в області є від 10 до 15 таких груп, які оглядають наші пам'ятки, харчуються, купують сувеніри, але не зупиняються на ночівлю і не вдаються до послуг турфірм.

Не ведеться, та й у нинішніх законодавчих умовах це неможливо зробити, облік туристів, що користуються послугами господарів «зелених» садиб. Насправді ж у селах навколо Почаєва і в самому Почаєві вже десятки років зупиняються паломники. А в селян Густинського району винаймають кімнати особи, що лікуються в курорті Сатанів сусідньої Хмельницької області. Отже, фактично «зелені» садиби функціонують і їх теж треба брати до уваги.

У Кременці і Чорткові дуже часто по квартирах зупиняються туристи з Польщі.

Незважаючи на таку, загалом немалу суму, ми усвідомлюємо, що при такому потужному туристичному потенціалі, наявні цифри його використання розчаровують. У чому ж основна причина такого явища?

Відповідь одна — у вкрай слабкій туристичній інфраструктурі і в незадовільному, невмілому використанні існуючих об'єктів, що приваблюють туристів.

Отже, з огляду на вище сказане, туризм для Тернопільщини з одного боку є серйозним стимулом наповнення бюджету, створення робочих місць, розвитку інфраструктури сервісних послуг, з іншого потужним інструментом збереження і відродження малих історичних міст, пам'яток культурної спадщини і природо-заповідного фонду.

## **II. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ТЕРНОПІЛЬЩИНИ.**

### **ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ВІДРОДЖЕННЯ МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТ КРАЮ**

Надзвичайно актуальним для Тернопільської області є туризм насамперед тому, що він є базовою складовою місцевого розвитку. Основна маса об'єктів культурної спадщини зосереджена у малих історичних містах, до яких відносяться практично всі районні центри області, але насамперед це міста Бережани, Борщів, Бучач, Збараж, Кременець, Коропець, Підгайці, Чортків.

Всі ці міста мають величну історію, яка тісно переплетена з історією краю і країни. Практично кожне мале історичне місто має пам'ятки та об'єкти, які становлять певну історичну цінність. Однак більшість цих об'єктів потребує негайної реставрації або хоча б консервації, тому і туристичні потоки до них незначні.

Одним з найважливіших і, на жаль, найслабше розвинених чинників, який впливає на стан туризму малих міст, є інформаційне забезпечення або наявність маркетингової стратегії розвитку території.

Першочергової уваги зі сторони органів місцевого самоврядування потребують також наступні фактори: наявність та стан фізичної інфраструктури (транспортне обслуговування, відсутність облаштованих автостоянок, туристів, цілодобове постачання холодною і гарячою водою, тепло у готельних номерах, відсутність електронного зв'язку, недостатня кількість місць загального користування тощо) та стан доріг і транспортне забезпечення. У цьому зв'язку особливо гостро стоїть питання під'їзду до туристичних об'єктів, місця зупинок і стоянок.

Не менш важливими є питання невідповідності туристичної інфраструктури міжнародним стандартам і недостатня розвиненість супутньої інфраструктури. Недостатня кількість закладів розміщення та їх низький рівень обслуговування, низький рівень розвитку та якості сфери громадського харчування.

Стійким потік туристів до малих міст області буде неможливим без вирішення питання розвитку індустрії розваг та можливості цікавого проведення вільного часу.

Наявність конференц-залів, ділових центрів та навчальних класів — фактор, що стимулює розвиток ділового туризму, адже бізнесмени цінують свій час і надають перевагу поєднанню відпочинку та роботи.

Кожне мале місто повинно віднайти свою «родзинку», те, що робить його неповторним, специфічним завдяки саме тут розміщеним атракціям, які приваблять туристів.

Існуюча туристична інфраструктура не об'єднана в єдиний комплекс і не націлена на розроблення туристичного продукту.

Загальним виразником інтересів цих міст виступає Спілка туризму і ремесел малих міст «Золоте Опілля».

Одним із завдань загальнодержавної програми розвитку малих міст є збереження культурної спадщини, реставрація основних її об'єктів, відродження та підтримка розвитку народних художніх промислів і ремесел, розроблення маршрутів туристичних подорожей малими містами.

Основними напрямками забезпечення комплексного розвитку малих міст, що мають значний природний та історико-культурний потенціал є розвиток туристичних функцій із збереженням і можливим господарським використанням об'єктів культурної спадщини, захист довкілля, обмеження господарської діяльності на територіях історичних ареалів міст.

Незаперечним є той факт, що активізація туристичної діяльності у малих містах є неможливою без підтримки державної і місцевої влади. Розвиток туризму є безпосередньо пов'язаний зі станом малого та середнього бізнесу, що передбачає активні дії місцевої влади, спрямовані на створення сприятливих передумов для активізації цієї сфери економіки. Оскільки туризм переважно спирається на місцеві ресурси і туристична діяльність відбувається на місцях, то важливе значення має те, яких форм набуває партнерство і кооперація в малих містах, як використовуються місцеві ресурси та як ставиться до туризму місцева громада.

Додатковими проблемами розвитку місцевого туризму також є:

- недосконалість чинної законодавчої бази та неефективність її використання органами місцевого самоврядування (відсутні дієві механізми впровадження законів);

- брак бачення у місцевої влади та громадськості перспективи розвитку малого міста як туристичного центру та розуміння, що туризм спроможний стати провідною галуззю місцевої економіки;

— неврегульованість ведення туристичної діяльності на рівні міста через відсутність нормативно-правових документів типу Положення про ведення туристичної діяльності (екскурсійної та ін.), а також місцевих програм розвитку туризму (чи окремих видів туризму);

— відсутність ділового партнерства влади, бізнесу і громади.

Політика розвитку туризму у малих містах Тернопільщини повинна бути зосереджена на суттєвому підвищенні на основі розвитку туристичної діяльності економічних, соціальних та екологічних стандартів життя мешканців малих історичних міст та забезпеченні сталого розвитку туризму як засобу економічного зростання і соціальної інтеграції.

Малі історичні міста Тернопільщини повинні стати опорними центрами територіально-господарської структури області, центрами створення та поширення інновацій, які привертають увагу інвесторів.

Малі історичні міста є ареалом найбільш гострих соціальних конфліктів, полігоном становлення місцевого самоврядування. Питання економічного підйому області, соціальної стабільності може бути вирішене тільки через вирішення питання розвитку малих міст. І першочерговою у цьому ряду є проблема створення передумов для залучення майна та людських ресурсів до реалізації розвитку туризму у таких містах.

Законодавство та місцеві програми розвитку в Україні, на загал відстають від реальних ринкових потреб розвитку галузі. Практично вони забезпечують уже сформовані потреби споживачів послуг або узаконюють ситуацію, що склалася між суб'єктами господарювання в галузі туризму чи в супутніх сферах. Стратегічні документи визначають далекі стратегічні цілі, не подаючи механізмів реалізації, які встановлюються в інших, часто запізнілих або неузгоджених нормативних актах.

## Розділ 7. АУДИТОРІЯ

Рибак-Гуляк О. Б.

### РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ «ТУРИЗМ», «ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО»

*У статті з'ясовано сутність поняття «комунікативна компетенція», визначено основоположні принципи методики комунікативно орієнтованого викладання мов. Автор акцентує на необхідності відбору та структуризації змісту навчальних матеріалів, що не лише забезпечує формування комунікативної компетенції студентів, але й активізує їх творчу, пошукову діяльність, спрямовану на виконання комунікативних завдань.*

Дослідження будь-якого явища доцільно розпочати зі з'ясування сутності його основних понять. У даному випадку це такі мовознавчі концепти: комунікативний, комунікація, комунікативна компетенція.

Мовознавчий термін «комунікативний» — від латинського *communicativus* — означає: «той, що належить до комунікації», тобто спілкування, передачі інформації. У філософії екзистенціалізму і персоналізму спілкування (чи комунікація) — це процес, під час якого одна самотня душа відкриває себе іншій, внаслідок чого між людьми встановлюється особливий духовний зв'язок. У цьому контексті комунікація є вищою формою зв'язку між людьми — духовною.

Компетенція від латинського *competo* — «взаємно прагну, відповідаю, підходжу» — це коло повноважень якої-небудь організації, установи або особи; коло питань, в яких дана особа має певні повноваження, значення, досвід.

Поняття «компетенція» не слід плутати з поняттям «компетентність», що означає — поінформованість, обізнаність, авторитетність, досвідченість у певній галузі, якомусь питанні.

Якщо компетентність є характеристикою суб'єкта певної діяльності, у даному випадку комунікативної, то компетенція асоціюється з об'єктом, у даному випадку — змістом комунікативної діяльності. Комунікативна компетенція передбачає такий зміст комунікативної діяльності, який, з одного боку, зумовлює комунікацію, створюючи для цього необхідні передумови — стимули, мотиви, а з іншого — забезпечує її реалізацію на основі відповідної поінформованості щодо предмета спілкування, володіння необхідним мовним матеріалом.

Таким чином, поняття «комунікативна компетенція» можна трактувати як коло питань, у яких дана особа, маючи певні знання, досвід, повноваження, може спілкуватись, обмінюватись інформацією, тобто здійснювати акт комунікації.

Розвиток комунікативної компетенції детермінує і постійне вдосконалення вмінь та навичок використання мовних форм, і розширення пізнавальних можливостей студента. На думку американського вченого В. Уорфа, мова — не просто передавальний інструмент для озвучених ідей, а скоріше сама творець ідей, програма і керівництво для інтелектуальної діяльності людських індивідів [2:87–122].

Взаємообумовленість процесів мовлення і мислення очевидна, оскільки зміст мовлення не є простою сумою мовних одиниць. Перехід з однієї мовної системи на

іншу доречно порівняти з переходом від однієї системи мір до іншої (з кілометрів на милі, з футів на метри, з термометра Фаренгейта на термометр Цельсія і т. д.). Основу цієї взаємодії завжди складають три феномени в їх взаємозв'язках і взаємовпливах:

дійсність —————> мислення —————> мова

Якщо процес пізнання здійснюється, як правило, від конкретного спостереження до абстрактного мислення, то мова дає можливість спочатку ознайомитися з абстрактними поняттями, а потім переходити до їх конкретизації, що прискорює процес пізнання і розумовий розвиток людини загалом.

Отже, мова є основним інструментом пізнання. Засвоюючи мову, людина оволодіває й основними формами та законами мислення. Мова дає змогу людині вийти за межі безпосередніх чуттєвих сприймань. За допомогою мови людина не тільки отримує узагальнені знання, а й членує явища дійсності на складові елементи, класифікує їх. Членування явищ дійсності відбувається за допомогою дискретних одиниць — слів, а класифікація — як за допомогою слів (родові відношення та ін.), так і за допомогою граматичних форм (частини мови, формоутворюючі суфікси тощо).

У понятті «комунікативна компетенція» простежується присутність дихотомії «мова — мовлення». Мова як об'єктивне явище, що реалізується в мовленні, розглядається і як механізм, за допомогою якого породжується і розуміється мовлення, і як система правил і набір одиниць, які становлять факти мовлення. Водночас мовлення відображає мовну компетенцію, досвід, є своєрідним видом вільної творчої діяльності індивіда.

Дихотомія мови і мовлення визначає практику викладання іноземної мови. Залежно від того, на чому акцентує викладач — мові чи мовленню, залежить методика викладання: йти від мовних моделей до їх реалізації в мовленні чи навпаки. Сьогодні актуалізується практика викладання мови через мовлення, особливо при вивченні іноземної мови професійного спрямування. Студентам попередньо не дають відомостей про будову мови, ні граматичних правил; вони, читаючи, аналізуючи, коментуючи тексти, самі виявляють структуру мови. Практика навчання мови через мовлення бере початок від датського мовознавця О. Есперсена, який вважав, що навчати мови потрібно тільки через мовлення.

У напрямку реалізації комунікативного підходу до вивчення англійської мови як іноземної проводились пошуки британських лінгвістів ще наприкінці 1970-х — на початку 1980-х рр. Комунікативний підхід акцентує на розвиткові вмінь та навичок використання мовних форм для реальних комунікативних цілей. Щоб стати ефективним користувачем мови, студентові недостатньо зосередитись на здобуванні знань про мову (наприклад, знати граматичні, лексичні або вимовні форми), йому необхідно бути безпосереднім учасником комунікативної діяльності, зокрема, на рівні парної і групової роботи.

Публікація книг Відоусама «Teaching Language as Communication» у 1978 р. та Вілкінса «Notional Syllabuses» у 1976 р. зумовила необхідність дослідження британськими педагогами, авторами навчальних програм і навчально-методичних матеріалів різноманітних комунікативних функцій, які виконує мова, а також можливостей їх активізації за допомогою створення на заняттях якнайбільшої кількості ситуацій спілкування.

Основоположні принципи методики комунікативно орієнтованого викладання мов (МКОВМ) чітко викладено в книзі для учителя надзвичайно успішного курсу Headway Intermediate:

- у студентів стимулюються когнітивні процеси;
- активізується навчально-пізнавальна діяльність;
- учнів/студентів заохочують висловлювати свої думки, виражати свої почуття і використовувати свій досвід;
- учні/студенти беруть участь у навчальній діяльності, яка імітує або створює реальні чи реалістичні ситуації;

- учнів/студентів заохочують працювати разом (робота над проектом, практика малих груп);
- учнів/студентів заохочують брати на себе відповідальність за власне навчання і розвивати вміння вчитись;
- викладач виконує різні ролі на різних етапах заняття: інформант (informer), консультант (resource consultant), спостерігач (monitor) [1:8].

Стосовно організації комунікативно орієнтованого викладання мови студентам спеціальностей «Туризм», «Готельне господарство» слід зазначити, що поряд з відповідними формами та методами навчання належну увагу потрібно приділяти відбору та структуризації змісту навчальних матеріалів. Зміст навчальних матеріалів повинен максимально забезпечувати формування і мовної, і комунікативної компетенції, активізувати творче мислення студентів, стимулювати дослідницький пошук для розв'язання тих чи інших комунікативних завдань.

Комунікативно орієнтований НМК «English for International Tourism» містить цікаві завдання для парної і групової роботи над проектами, а також ряд тренувальних вправ для розвитку вміння презентації туристичних маршрутів, фешенебельних готелів, комплексні завдання для формування вмінь та навичок організації екскурсій до найбільш відомих місць світу тощо.

Щоб робота студентів у групах була ефективною, її слід правильно спланувати:

- група не повинна налічувати більше п'яти студентів;
- студентам необхідно виділити деякий час для того, щоб вони навчилися працювати разом;
- роботу в групах не слід затягувати;
- не варто втручатись, якщо група вже почала працювати над завданням;
- потрібно підходити до груп і прослуховувати студентів, але не варто затримуватись біля групи занадто довго, оскільки постійна присутність викладача може дещо негативно вплинути на самостійний творчий пошук студентів.

У реальних процесах спілкування окремі види мовленнєвої діяльності функціонують, як правило, інтегровано. Наприклад, розмова — це аудіювання і говоріння, а заповнення відповідної форми (наприклад, форми прибуття у готель, замовлення готельного номера, замовлення подорожі по телефону тощо) передбачає читання і письмо.

Види мовленнєвої діяльності, зазвичай, класифікують таким чином: рецептивні (receptive) — аудіювання і читання та продуктивні (productive) — говоріння і письмо.

Спроба розділити те, що часто функціонує на занятті як інтегровані уміння (integrated skills), є дидактично недоцільною. Аудіювання спонукає до говоріння, особливо в тому випадку, якщо викладач ставить студентам запитання на розуміння прослуханого і стимулює створення комунікативних ситуацій. Аудіювання доцільно поєднувати з письмом. Наприклад, запропонувати студентам на основі прослуханої інформації заповнити форму реєстрації клієнта у рецепції чи форму підтвердження замовлення подорожі.

Розрізняють 2 типи аудіювання: інтенсивне (intensive listening) і екстенсивне аудіювання (extensive listening). Інтенсивне аудіювання передбачає необхідність зрозуміти якнайбільше, якнайповніше. Його слід використовувати, наприклад, під час ознайомлення з новою лексикою уроку, новим матеріалом. Студенти повинні зрозуміти майже кожне вимовлене слово. Це, як правило, вимагає великої кількості повторень і пояснень.

У процесі екстенсивного аудіювання студентам не потрібно сприйняти кожне слово, щоб зрозуміти основний зміст тексту, його значення чи конкретну інформацію, яку їм пропонують знайти перед початком аудіювання. Вміння екстенсивного аудіювання необхідно розвивати. Для цього можна використати такі прийоми:

- допомогти студентам передбачити зміст тексту, попередньо обговорюючи його назву і тему;



- пояснити значення деяких найскладніших слів (2–3) з тексту;
- перед аудіюванням звернути увагу студентів на вправу, яку вони виконуватимуть після сприйняття на слух, і пояснити, що їхнє завдання полягає в тому, щоб зрозуміти достатньо інформації для виконання зазначеної вправи, а не намагатися зрозуміти кожне слово аудіотексту.

- спонукати студентів обходитись без запитань про незнайому лексику під час швидкого, частіше одноразового, прослуховування тексту;

- заохочувати студентів робити припущення про значення деяких слів.

Тексти для читання також можна використовувати інтенсивно або екстенсивно. Завдання для розуміння текстів можна давати до читання, під час читання і після читання. У студентів слід розвивати різноманітні вміння читання іноземною мовою, наприклад, читання типу «знімання вершків», тобто переглядове читання, або читання типу «сканування», тобто пошукове читання (наприклад, з метою знайти конкретну інформацію).

Читання вголос дає можливість викладачеві оцінити вимову студента, правильність інтонації, а студентам — попрактикуватись у говорінні англійською мовою в умовах, коли не потрібно самим вибирати мовні одиниці.

Однак для перевірки розуміння тексту студентам необхідно давати можливість читати текст про себе, особливо в тому випадку, якщо викладач ставитиме запитання до змісту тексту.

Екстенсивне читання англійською мовою максимально сприяє оволодінню мовою. Слід постійно заохочувати студентів розвивати це вміння. Надзвичайно корисною в цьому плані є практика домашнього читання.

Паралельно з розвитком говоріння студенти повинні розвивати вміння письма. Уміння писати (писемне мовлення) є частиною інтегрованих умінь, оскільки часто письмове завдання продовжує послідовність завдань для розвитку інших умінь, і тоді воно природно інтегрується. У НМК «English for International Tourism» теми розроблено таким чином, що завдання для читання веде до говоріння, потім — до письма, і всі ці завдання взаємопов'язані загальною ідеєю (темою). Вправи для розвитку письма допомагають студентам планувати, узагальнювати і висловлювати те, про що вони хочуть написати.

Зразки текстів призначені для контрольованої практики і для вільного висловлювання студентів у письмовій формі. Студентам пропонують писати різні типи текстів англійською мовою: діалоги, навчальні звіти, висловлення думки, поради, опис місця, лист-запитання, лист-відповідь на запитання, лист-скаргу, лист-відповідь на скаргу, меню, резюме, супровідний лист тощо.

Більшість творчих завдань для письма включають так звану проектну роботу (project work). Перший рік вивчення англійської мови професійного спрямування студенти спеціальностей «Туризм», «Готельне господарство» завершують роботою над проектами: «Ukraine as a Tourist Destination», «Recreation in Ukraine», «The Best Hotels in Lviv», «One-day Excursion Tours in the Lviv Region».

Більшість сучасних освітніх програм вимагають, щоб викладання предметів сприяло розвитку у студентів ініціативи, автономності у навчанні, уяви, самодисципліни, співпраці з іншими членами групи і корисних дослідницьких навичок. Проектна робота є практичним шляхом реалізації цих освітніх цілей на занятті і під час самостійної роботи студентів.

### Література

1. Комунікативні методи та матеріали для викладання англійської мови: Ознайомлювальна брошура для українських учителів англійської мови / Переклад Л. В. Биркун. — Oxford University Press. — 1998. — 53 с.
2. Общее языкознание / Под общ. ред. А. Е. Супруна. — Минск, 1983.
3. Семчинський С. В. Загальне мовознавство. — К., 1996.

Онаць О. М.

## ВИКОРИСТАННЯ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ ФАХОВОЇ ТЕМАТИКИ ЯК МОТИВАЦІЯ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ

*В даній роботі обгрунтовано доцільність застосування у навчальному процесі аудіо- та відеозаписів, які є одним із стимулів у вивченні іноземної мови професійного спрямування.*

Як свідчить практика, сучасний темп економічного та суспільного життя передбачає знання найновішої лексики та вміння швидко і правильно застосовувати мовні засоби для порозуміння. Тому одним із основних принципів навчання є принцип наочності. Дотримання його під час навчання іноземної мови професійного спрямування у вищих неспеціалізованих навчальних закладах полегшує засвоєння студентами навчального матеріалу, сприяє формуванню практичних навичок та вмінь студентів, вдосконалює володіння фаховою термінологією та застосування її у реальних професійних ситуаціях, забезпечує міцні та глибокі знання фахової лексики.

Це стосується в першу чергу поліпшення оволодіння комунікативними вміннями та навичками у сфері туризму, готельного господарства, включаючи вивчення професійних термінів, а також впровадження нових принципів навчання. У літературі (навчальні підручники, посібники) міститься неповна, фрагментарна інформація про використання аудіовізуальних технічних засобів фахової тематики як одного із засобів мотивації у вивченні іноземної мови професійного спрямування. Тому доцільно брати до уваги дослідження даної теми для вирішення поставлених перед нами завдань [2; 3; 5; 6].

Метою даної роботи є аналіз можливостей використання аудіовізуальних технічних засобів фахової тематики як мотивації у вивченні іноземної мови професійного спрямування.

Дослідження стосується ефективності використання у навчальному процесі аудіовізуальних технічних засобів (відеозапис, магнітофон, навчальне кіно та телебачення, проекційна апаратура, комп'ютерні мультимедійні програми).

Педагогічні умови формування мотивації навчання студентів мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер і повинні забезпечуватися відповідними засобами. Одним із основних засобів, які спонукають студента вчитися, самостійно оволодівати знаннями, вміннями, навичками, є стимули, наведені із сучасними технологіями навчання. Одним із таких стимулів слід вважати аудіовізуальний технічний засіб, який спонукає студентів до посиленої розумової і вольової діяльності. Такий стимул несе в собі емоційний заряд, настрює студентів до позитивного сприйняття мовної інформації професійного спрямування. Студент немов поринає у світ звуків чужої мови, кольорових ефектів, інтригуючої інформації, в якій захований певний дидактичний алгоритм.

Найбільш значущою для ефективності навчальної діяльності є мотивація, зумовлена використанням аудіовізуальних технічних засобів, за допомогою яких створюється стимулююче середовище, цілеспрямований вплив і досягається особливий ефект: у студентів виробляється прагнення збагнути невідоме за допомогою якомога менших зусиль. Мотиваційна сфера глибоко індивідуальна, тому в її формуванні потрібно орієнтуватися як на групові, так і на індивідуальні інтереси студентів. У процесі використання аудіовізуальних технічних засобів ми можемо здійснювати диференціацію студентів, враховуючи їх наступні групи:

- добрі виконавці;
- старанні з інтелектуальною ініціативою;
- сильні студенти;
- студенти з негативним ставленням до навчання.

Добрі виконавці — вони з готовністю сприймають те, що говорить викладач, їхня постійна навчальна постановка — уважно слухати й виконувати всі вказівки незалежно від змісту діяльності. Ці студенти на заняттях сумлінні й старанні, але здебільшого безініціативні. Провідний мотив їх навчальної діяльності — опосередкований інтерес: прагнення порадувати батьків, завоювати авторитет, заслужити похвалу викладача.

Старанні з інтелектуальною ініціативою, з яскраво вираженим бажанням виявити своє ставлення до всього, що відбувається на заняттях. Вони уникають підказок, прагнуть працювати самостійно. Ці студенти хочуть все перевірити, дослідити.

Сильні студенти, які інакше виявляють своє ставлення до напруженої навчальної діяльності. Зовні вони не дуже активні, і розум у них не такий швидкий, але вони майже весь час перебувають у стані розумового напруження. Вони вдало роблять переклади, добирають слова, проявляють інтерес до нового, засвоюють нову термінологію.

Студенти з негативним ставленням до навчання — тому що від них потребується значних розумових зусиль, вони вчаться, бо того вимагають дорослі.

Доцільно застосовувати відео- та аудіозаписи, які відображають реальні комунікативні ситуації.

Етапи використання відео- та аудіозаписів:

1. Етап соціокультурної і мовної орієнтації перед демонстрацією відео частини; на цьому етапі роботи з відеокурсом слід ознайомити студентів з головними дійовими особами і ввести їх імена (письмово й усно або лише усно), географічні назви, реалії, що вимагають докладного пояснення тощо.

2. Етап адаптивної рецепції під час перегляду відеоепізоду з безпосередньою суміщеною постсемантизацією мовних одиниць; це етап першого перегляду відеоепізоду з метою ознайомлення студентів з його загальним змістом. Перевірка розуміння змісту відеоепізоду відбувається шляхом запитань, застосуванням тестів множинного вибору, поєднувальних тестів тощо.

3. Етап перегляду відеочастини з поясненням особливостей відібраних нових моделей емоційно-модальної інтонації; на третьому етапі відбувається другий перегляд відеоепізоду.

4. Етап спеціального навчання слухової рецепції емоційно-модальної інтонації на базі відеочастини; на цьому етапі виконуються вправи.

Виділяємо такі вправи:

— синхронні, які виконуються під час перегляду відеоепізоду. Синхронні репродуктивні та продуктивні вправи виконуються різними особами. Студенти відтворюють репліки однієї з дійових осіб під час тимчасового вимкнення звуку на певних відрізках відео на час говоріння студента, під час повного вимкнення звуку та під час паузи після зупинки відео. У синхронних вправах створюються умови, наближені до реального спілкування, тому від студентів вимагається концентрація зусиль на продукування висловлювань з правильним інтонаційним оформленням в обмежений період часу;

— рецептивні вправи. Для таких вправ рекомендовано роздати студентам друкований варіант діалогу відеочастини перед їх виконанням;

— вправи на розуміння. Мета: формування вміння сприймати певну інформацію;

— вправи на диференцію. Вправи на диференцію формують уміння встановити схожість і різницю між інтонацією, рухом тону;

— вправи рольового характеру. Студенти виконують ролі дійових осіб відеоепізоду або дійових осіб, пов'язаних/не пов'язаних зі змістом відеоепізоду.

Відеозасоби (присутність рухливого малюнка) розвивають творчі навички та вміння у студентів, спонукають до логічного мислення, вираження власних вражень та почуттів, точок зору, припущень тощо [4:12].

Останнім часом дедалі ширшого використання набуває комп'ютер у вивченні іноземної мови професійного спрямування. За допомогою цього засобу студентам надається навчальна інформація, реалізується принцип наочності, дидактичні можливості якого визначаються мірою досконалості навчальних програм, а також рівнем адаптації до індивідуального процесу навчання.

Комп'ютерні програми є орієнтованими передусім на навчання вимови і містять лексику базового рівня. За їх допомогою студент може почути, побачити, вимовити і засвоїти слова різного тематичного спрямування. Наприклад, програма «Talk to Me» є повним Multimedia курсом, який базується на мінідіалогах, які відображають різноманітні повсякденні ситуації і супроводжуються фотографіями. Можна чітко виділити п'ять типів виправ: Wortfolge (упорядкування слів у реченні), Hangman (складання слів уроку з літер), Diktat, Wortpuzzle (поєднання протилежних понять) [6:63].

Комп'ютерні мультимедійні контрольного характеру програми призначені для тестування, контролю, перевірки знань. Ці програми можуть передбачати вибір відповіді з кількох запрограмованих, введення числового значення одержаного результату чи введення аналітичного викладу одержаного розв'язку. Ці технічні засоби призначені для визначення рівня та якості засвоєння навчального матеріалу.

Слід зазначити, що основне завдання технічних засобів — підвищення ефективності навчально-виховного процесу.

Доведено, що використання аудіовізуальних технічних засобів фахової тематики сприяє швидкому засвоєнню лексики-граматичного матеріалу, організації практики у монологічній та діалогічній формі мовлення, дозволяє перевірити правильність розуміння кожного окремого повідомлення.

Встановлено, що завдяки технічним засобам створюється якісно нова атмосфера процесу навчання, яка максимально наближається до реальної і служить як мотивація у вивченні іноземної мови професійного спрямування.

### Література

1. *Зайцева І. В.* Мотивація учіння студентів / За ред. Лузана П. Г. — Ірпінь: Редакційно-вид. відділ АДПС України, 2000. — 191 с.
2. *Кокоза Т. Д., Філатова А. В., Крамаренко І. Я.* Обучение аудированию на младших курсах языковых вузов как условие повышения качества специальностей подготовки будущих учителей иностранного языка // *Іноземні мови.* — 2004. — № 4.
3. *Лузан П. Г.* Активізація навчання студентів / За ред. Дьоміна А. І. — К.: Редакційно-вид. відділ Наукметодцентру агроосвіти, 1999. — 216 с.
4. *Неділько А. Г.* До питання застосування автентичних матеріалів для навчання іноземних мов // *Іноземні мови.* — 1998. — № 4.
5. Освітні інноваційні технології у процесі викладання навчальних дисциплін / За ред. Дубасенюк О. А.: Зб. наук.-метод. праць. — Житомир: Вид-во ЖДУ, 2004. — 216 с.
6. *Палій О. А.* Методичний огляд мультимедійних комп'ютерних курсів з німецької мови // *Іноземні мови.* — 2001. — № 1.

*Дольнікова Л. В.*

## **ІНТЕГРАЦІЯ ТА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ ЗМІСТУ ФУНДАМЕНТАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН У ПРОФЕСІЙНІЙ ШКОЛІ ЯК ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА**

*У статті розглядаються теоретичні та методичні аспекти співвідношення інтеграції та диференціації змісту фундаментальних дисциплін під час їх вивчення у вищій школі. Наголошується на необхідності враховувати індивідуальні здібності студентів, тобто робити диференціацію за змістом і здібностями.*

Намагання підготувати спеціаліста, який відповідав би вимогам часу, зобов'язує представників навчальних закладів включати у навчальні плани та програми найновіші досягнення відповідних галузей науки. Проте можливості тих, кого навчають, у засвоєнні та осмисленні нової інформації є дуже обмеженими. Розв'язати цю суперечність можна шляхом поділу професій на більш вузькі спеціальності. Однак звуження професій, поява ще більш вузьких спеціальностей залишає суперечність невирішеною, бо, по-перше, не зачіпає фундаментальних аспектів науки; по-друге, чим вужча спеціальність, тим специфічніші професійні навички та вміння формуються в ній, тобто сфера їх застосування більш обмежена; по-третє, чим вужчий перелік професійних умінь та навичок, тим швидше вони старіють і вимагають поновлення. Тому тенденція до звуження сфер професійної діяльності не може вирішити суперечність, яка виникла, та зменшує якість підготовки спеціалістів. Ця проблема актуальна для всіх сфер вищої освіти, в тому числі і туристичної. Подолання цих суперечностей можливе за умови використання нових підходів до формування системи дидактичного забезпечення навчального процесу, зміцнення основних дидактичних чинників, які впливають на якість фундаментальної та професійної підготовки фахівця. Як показало вивчення даної проблеми, важливою умовою модернізації процесу вивчення фундаментальних дисциплін є урахування інтеграції та диференціації змісту цих дисциплін. Дидактичні дослідження провідних вчених (Бондаря В. І., Беляєвої А. А., Козловської І. М. та ін.) стверджують, що зміст навчання у вищій професійній школі визначається двома вимогами, кожна з яких у ряді випадків претендує на пріоритетне значення з вагомими аргументами. З одного боку — це виховання та розвиток особистості, а з другого — підготовка конкурентоспроможного фахівця. Дидактичні дослідження, спрямовані на органічне поєднання цих вимог, ще не мають остаточного вирішення.

Метою даної статті є теоретичне обґрунтування інтеграції та диференціації змісту фундаментальних дисциплін як необхідної передумови формування фахових знань та умінь. Оскільки диференціація професійних наук триватиме і надалі, у розумних межах зростатиме і кількість навчальних предметів, збільшуватиметься перевантаженість студентів інформацією. Паралельно з диференціацією наук відбувається і протилежний процес — їх інтеграція, синтез. З огляду на розвиток науки, обидва ці процеси супроводжують один одного та прослідковуються у різних галузях наукового знання. В останній час з'явилися окремі наукові галузі, завданнями яких є інтеграція наукової інформації: системний підхід, загальна теорія систем, кібернетика, теорія інформації, інтелектика тощо. На відміну від наукової інформації, яка породжує диференціацію, інтегративні інформаційні системи мають такі властивості: по-перше, чим інтегративніша, синтетичніша інформаційна структура, тим довше вона функціонуватиме в суспільній свідомості; по-друге, чим інтегративніша інформаційна структура, тим ширшою є сфера її застосування; по-третє, інтегративна система інформації у вигляді відповідних методів, адекватних пізнавальному об'єкту, своєчасно засвоєна студентами, стає основою їх теоретичного мислення, що дозволяє творчо засвоювати досліджувану галузь, глибше розуміти вузькі професійні знання.

Предметний принцип побудови навчального плану не може вирішити проблему формування теоретичного мислення, адекватного завданням майбутньої професійної діяльності. Підвищення рівня теоретичності, фундаментальності, внутрішньої логіки викладу фундаментальних дисциплін призводить, по-перше, до значного збільшення часу на введення студентів у теоретичну сферу предмета; по-друге, скорочує прикладне з точки зору професійної діяльності призначення, тобто в сучасному розумінні фундаментальності предмета науки вона передусім спрямована на логіку свого внутрішнього розвитку; по-третє, і це найважливіше, навіть якщо припустити, що кожний навчальний предмет буде викладатися на тому рівні фундаментальності та теоретичності, якого певна наука досягла на сьогодні, студент якимось чином зможе засвоїти цей зміст, то бажаного ефекту ми не отримуємо, тому що сформувавши економічне, географічне, математичне та інші види природничо-наукового мислення, ми не охопимо найсуттєвішого, фундаментального. Необхідною умовою підвищення якості підготовки фахівця є сучасні наукові педагогічні технології. На переконання багатьох дослідників (Гончаренко С. У., Фролова Т. В., Зоріна Л. Я., Борисов В. І., Гінеценський В. І., Беспалько В. П. та інші), в організації навчального процесу у професійній школі ефективним є системний підхід до структурування змісту природничих дисциплін, основою якого є урахування особливостей інтеграції та диференціації в процесі вивчення фундаментальних природничих дисциплін. Ці дослідження стосуються методологічних проблем навчального процесу у професійній школі, а також висвітлення питання інтеграції знань та умінь у професійній школі при підготовці працівників різних професій.

Один із підходів до формування цілісної системи знань студентів професійної школи, на нашу думку, заснований на профілюванні вже зінтегрованого циклу природничо-математичних дисциплін. У його основі лежить ідея подвійної інтеграції: спочатку інтеграція базового загальноосвітнього циклу знань як цілого, а лише тоді — інтеграція загальноосвітніх і спеціальних знань. Початковим етапом є не просто аналіз діючих навчальних планів і програм з відповідних дисциплін, а ґрунтовний аналіз структури природничо-математичних наук у їхньому сучасному варіанті, з переходом до їхніх дидактичних аналогів з урахуванням принципу професійної спрямованості навчання. «Глибока загальноосвітня і професійна теоретична підготовка дає широту загального і професійного світогляду, здатність швидко орієнтуватися в нових економічних, технологічних та організаційних ситуаціях, швидко засвоювати новий зміст, форми і способи праці. Тому як загальна тенденція розвитку професійної освіти починає все більше усвідомлюватись необхідність посилення її загальноосвітнього і теоретичного фундаменту. Мова йде про організацію у вищих закладах освіти загальноосвітніх програм професійної освіти (в основному на рівні бакалаврату), що застосовуватиметься в певній галузі» [5:72].

Оскільки сучасне наукове знання має предметну структуру, то і зміст навчання засновано на дискретно-предметній основі. Формується така система знань за схемою: фізико-хімічні явища, географічні, екологічні, біологічні явища та ін. — математичне забезпечення цих знань. Основне призначення цієї системи — формування світогляду, забезпечення здатності студентів мислити творчо. Обсяг цих знань не повинен бути занадто великим, щоб другорядні факти не закривали собою суттєвих фактів та взаємозв'язків. Проте цей рівень інтеграції природничо-математичних знань буде первинним, загальним, без урахування особливостей окремих професій. Але саме на цьому рівні доцільна побудова дидактичної моделі інтеграції природничо-математичних знань у закладах професійної освіти, визначення її структури та функцій у навчально-виховному процесі [3]. На базі цієї моделі можна побудувати програми з природничих

дисциплін. Такі спроби створення інтегрованих програм є у деяких закладах III–IV рівня акредитації, рідше запроваджені у системі коледжів, проте активно обговорюються вченими і мають, на нашу думку, перспективне майбутнє.

Наші дослідження підтвердили, що у процесі навчання студентів необхідно, перш за все, сформувати опорні знання, розвинути їхнє мислення, навчити оцінювати нові факти, ідеї та явища, підготувати їх до сприймання, осмислення та використання набутих знань. При цьому знання студентів, особливо у професійній школі, складаються при взаємодії вже сформованих дидактичних аналогів наук і галузей наукового знання, тобто у свідомості студентів взаємодіють системи, в результаті чого повинна виникнути нова, складна система отриманих знань, що передбачає систематичність знань.

Систематичність характеризує наявність змістовно-логічних зв'язків між окремими компонентами знань [2]. Значна увага проблемам систематизації та інтеграції знань приділялась у роботах українських педагогів. Це стосується, передусім, дидактичних праць Григорія Ващенко, який надавав виключно великого значення формуванню системних знань у процесі навчання. «Наука — система знань, і де нема системи, нема і науки. Принцип систематичності сприяє виробленню цілісного світогляду. Знання треба подавати так, щоб вони були внутрішньо зв'язані між собою, щоб уся їх сума творила цілісність» [1:36]. На нашу думку, при цьому необхідно враховувати не лише внутрішні зв'язки між предметами, але й рівень складності їх засвоєння, а також знання та уявлення, які студенти отримують поза аудиторією. Треба мати на увазі не тільки систему дисциплін, але й систему знань у свідомості студентів. Як свідчить аналіз літератури, принцип системності сьогодні виходить на одне з перших місць у дидактиці, а інтеграція змісту, форм і методів навчання є одним з найефективніших засобів формування цілісної системи знань студентів у процесі навчання. Разом з тим, як і в загальнонаукових розробках, у дидактиці систематизацію знань іноді розглядають як засіб інтеграції [4:14]. При цьому систематизація понять відбувається відповідно до розвитку науки: кожне з понять не подається як випадкове, а як необхідний компонент відповідної системи знань. Важливим компонентом інтегрування знань для їх систематизації є виділення в єдиній системі знань фундаментальних, генералізуючих понять, теорій та законів, за допомогою яких виявляються існуючі в системі причинно-наслідкові та корелятивні зв'язки, головні та допоміжні компоненти. Необхідною умовою реалізації цих ідей є акцентування прогностичних цілей освіти, проблемний виклад навчального матеріалу при засвоєнні та використанні інтегрованих у систему загально-освітніх та професійних знань студентів, урахування індивідуальних особливостей студента при засвоєнні системних знань, тобто поряд з інтеграцією урахування диференційного підходу до засвоєння змісту навчальної дисципліни.

Співвідношення процесів інтеграції та диференціації змісту на різних етапах розвитку науки і практики неоднакове. Інтеграція пенем чином знімає односторонність і роз'єднаність у дослідженні складного об'єкта. Це пов'язано з тим, що диференціація знань, у свою чергу, сприяючи щораз дрібнішому поділу об'єкта при вузькій спеціалізації приходить до заперечення самої себе через інтеграцію. Диференціація створює передумови для розгортання інтеграції, вона є формою прояву інтеграції, а інтеграція, в свою чергу створює основу для поглиблення диференціації. Ці процеси не просто існують паралельно або чергуються у розвитку наук чи суспільства, вони тісно пов'язані і переходять один в одного. Однак процеси інтеграції та диференціації підпорядковуються кожен своїм специфічним законам, виконують у пізнанні або у житті суспільства специфічні для кожного з них функції. Тому інтеграція і диференціація є відносно самостійними процесами. «Диференціація пов'язана з вивченням елементів системи, а інтеграція —

з дослідженням систем елементів» [6:38]. Таким чином, при переході системи з одного рівня на інший (вищий) збільшується її різноманітність, росте кількість елементів (диференціація) і ускладнюються зв'язки (інтеграція). Нижча система, включаючись у вищу, диференціюється на нові елементи, які інтегруються у нову цілісність. На вищих рівнях синтез розвинений більше, ніж на нижчих. Теоретично обгрунтовано, що інтеграція передбачає диференціацію: диференціація не фігурує на рівні системи, але зберігається на рівні елементів і впливає на результат інтеграції. Диференціація передбачає виділення елементів змісту певної системи, а інтеграція — ситематизацію цього змісту, утримання елементів в єдиному цілому. Диференціація змісту у навчальному процесі є необхідною, оскільки завдяки розчленуванню явищ об'єктивної дійсності досягається поглиблене розуміння її окремих сторін. Практично диференціація навчального процесу виражається у вивченні студентами окремих навчально-пізнавальних комплексів навчальних предметів, кожен з яких у межах відведених йому функціональних можливостей представляє в дидактично переробленому вигляді ту чи іншу галузь наукових знань. Вимоги до творчого мислення обумовлено тим, що більшість практичних завдань, якими займається людство, вимагають формування умінь застосовувати знання системно і в комплексі, тобто залучати, об'єднувати, сумувати величезне число різноманітних компонентів наукового знання, які часом відносяться до віддалених одна від одної галузей науки.

Для диференціації та інтеграції у навчальному процесі вищого навчального закладу, окрім специфічних дидактичних особливостей, характерні загальні закономірності та співвідношення, які існують між науковими знаннями. Урахування цих закономірностей необхідно брати до уваги вже на перших етапах складання навчальних планів. Саме однією з передумов дидактичної інтеграції в контексті змісту освіти повинно бути положення, котре передбачає врахування реально існуючого у сучасній науці та практиці співвідношення інтеграції і диференціації та адекватне (можливо, з певним прогностичним акцентом) відображення їх у системі освіти. Варіативність змісту загальної освіти особливо виявляється у навчально-виховному процесі при підготовці фахівців для сфери послуг. Оволодіння студентами основами знань і вмінь, здатність самостійно працювати можуть здійснитися за допомогою диференціації у навчанні. Диференційований підхід у навчально-виховному процесі дає можливість усунути перевантаження студентів, позбавитися комплексу «середнього студента», своєчасно виявляти прогалини у знаннях, забезпечувати оптимальний режим роботи кожного студента на занятті та самостійно. Власне такий підхід до формування змісту фундаментальних дисциплін дасть можливість врахувати найсучасніші наукові досягнення галузі, готувати конкурентоспроможного фахівця, що готовий працювати в ринкових умовах, з урахуванням його індивідуальних можливостей у засвоєнні основних змістових одиниць фундаментальних дисциплін, забезпечувати адресну підготовку фахівця, враховуючи особливості запитів ринку праці та мобільність студента у світлі входження України до європейського освітнього простору.

Короткий аналіз проблеми дає можливість нам зробити наступні висновки:

1. Питання співвідношення процесів інтеграції та диференціації змісту у педагогічній літературі залишається маловивченим.

2. Для комплексного оволодіння знаннями з фундаментальних дисциплін, створення гнучкої системи знань, формування у студентів на пропедагтичному рівні елементів фахового мислення є відбір та оптимізація змісту навчального матеріалу шляхом логічного поєднання інтегративного та диференційованого підходів.

3. Інтеграцію змісту природничих і фахових дисциплін реалізовувати шляхом структурування змісту навчального матеріалу, відбору змісту навчального матеріалу з урахуванням сигнатури понять, орієнтації майбутніх фахівців на глибоке розуміння складних професійних ситуацій.



4. Відбір основних змістових одиниць проводити з урахуванням індивідуальних здібностей кожного студента (диференціація за здібностями) та його базових знань з фундаментальних дисциплін (диференціація за змістом).

Аналіз стану формування змісту фундаментальних дисциплін у деяких вищих навчальних закладах на основі інтегративного та диференційованого підходів підтвердив теоретичні висновки.

#### Література

1. Ващенко Г. Загальні методи навчання. — Мюнхен (УВУ). — Ч. 1. — 1949. — 90 с.
2. Зорина Л. Я. Дидактические основы формирования системности знаний. — М.: Педагогика, 1978. — 128 с.
3. Козловська І. М. Теоретико-методологічні аспекти інтеграції знань учнів професійно-технічної школи (дидактичні основи). — Львів: Світ, 1999. — 502 с.
4. Мисечко О. Е. До питання про методологічні засоби інтеграції шкільних знань // Інтеграція елементів змісту освіти. — Полтава: АПН України, 1994.
5. Новиков А. М. Интеграция базового профессионального образования // Педагогика, 1996. — № 3.
6. Ставская Н. Р. Интеграция науки и ее роль в развитии научно-технической революции. — Волгоград: Нижне-Волжское кн. изд-во, 1970. — 168 с.
7. Сыновецкий А. Роль диалектики в процессе интеграции естественных наук // Философия и интеграция науки. — М.: Знание, 1980.
8. Турбович Л. П. Информационно-семантическая модель обучения. — Л-д.: ЛГУ, 1970. — 177 с.
9. Чошанов М. А. Проблемно-модульное проектирование содержания образования // Ср. спец. образование, 1991. — № 8. — С. 13–16.

Льканич К. І.

## ПОРОЗРЯДНІ ЛОГАРИФМІЧНІ АНАЛОГО-ЦИФРОВІ ПЕРЕТВОРЮВАЧІ

*У статті з'ясовано нерозривний зв'язок інформаційної технології в усіх сферах діяльності людини, зокрема для швидкої передачі інформації в сфері туризму.*

На сьогоднішній день для спілкування людей різних континентів важливу роль відіграє інформаційна технологія. Це людино-машинна технологія оброблення та передачі інформації, яка ґрунтується на обчислювальній техніці, стрімко розвивається, охоплюючи всі види суспільної діяльності: виробництво, управління, науку, освіту, торгівлю, фінансово-банкнську сферу, медицину, охорону довкілля. Особливо хочу підкреслити використання інформаційної технології в сфері туризму та готельного господарства, адже впровадження ІТ дає змогу: зменшити чисельність певних категорій управлінського персоналу на 25–30 %, формувати тури через форму оперативного бронювання, управляти номерним фондом та тарифами в готелях, представляти керівництву всі рівні обсягу даних: фінансових, статистичних та інших видів звітності у вигляді графіків та діаграм для швидкого прийняття ефективних рішень, захисту інформації від несанкціонованого доступу, представляти корпоративну інформацію на WEB-сервері в мережі Internet.

В інформатиці виділяють три основні частини:

- обчислювальну техніку;
- програмне забезпечення;
- алгоритм оброблення інформації.

Відомо, що для передачі інформації сигнали будь-якої природи перетворюють спочатку в функціонально зв'язані з ними електричні сигнали, а потім за допомогою перетворювача напруга-код в цифрові сигнали придатні для подальшого оброблення мікропроцесором та іншими цифровими пристроями.

Аналого-цифровий перетворювач — це пристрій, який, приймаючи аналогові сигнали, генерує відповідні їм цифрові сигнали. Більшість АЦП є лінійними, тобто залежність вихідного сигналу від вхідного — лінійна. На даний час велику увагу розробників привертають АЦП з логарифмічним перетворенням вхідної величини, тому що вони пропонують більш широкий динамічний діапазон вхідних сигналів, ніж лінійні, а їх використання дозволяє ефективно розв'язати ряд важливих задач, зокрема забезпечення постійного значення відносної похибки перетворення, лінеаризацію характеристик перетворення і значне підвищення продуктивності цифрових процесорів за рахунок забезпечення можливості виконання операцій логарифмічної арифметики, в якій операції множення, ділення, піднесення до степеня чи добування кореня зводяться до операцій додавання, віднімання, множення чи ділення на сталий коефіцієнт, відповідно, над даними, які представлені в логарифмічному масштабі.

Величезне різноманіття відомих АЦП не вичерпує всіх можливостей покращення їх метрологічних і експлуатаційних характеристик. При цьому особливої уваги заслуговують логарифмічні АЦП (ЛАЦП).

В науково-дослідницькій роботі, яка проводиться у рамках держбюджетної тематики Національного університету «Львівська політехніка», отримали подальший розвиток порозрядні і рекурентні методи логарифмічного аналого-цифрового перетворення на комутованих конденсаторах. Підвищення точності при забезпеченні високої технологічності робить перспективними ці ЛАЦП для інтегрального виготовлення.

В дисертаційних дослідженнях виявлено джерела похибок і встановлено, що вплив на процес перетворення неідеальності елементів проявляється в основному через

ефекти проникнення напруги управління ключами та передачі паразитного заряду заслонів ключів, а також — через струми витікання.

Розроблений порозрядний ЛАЦП, який має наступні технічні дані: динамічний діапазон вхідних сигналів 80 дБ (100 дБ), похибку перетворення не більшу 0,05 %, час перетворення менший 100 мкс., вихідний сигнал — двійковий код, характеристика та мантиса представляються відповідно 3- і 12-а розрядами.

Досліджено особливості порозрядного ЛАЦП з перерозподілом заряду на комутуваних конденсаторах.

Запропоновано нову структурну схему логарифмічного аналого-цифрового перетворення — рекурентного, викладено принцип перетворення, розглянуто особливості реалізації, дано оцінку точності та швидкодії. Спрощена структурна схема такого ЛАЦП наведена на рис.1., де позначено: ДН — дільник напруги, Ком — комутатор, Км — компаратор, АП1-АП2 — аналогова пам'ять.

Доведено, що для забезпечення однакового з лінійними АЦП значення похибки квантування порозрядні ЛАЦП повинні мати 1–2 надлишкові розряди.

Встановлено, що порозрядні ЛАЦП на комутуваних конденсаторах з накопиченням заряду забезпечують високу точність перетворення, до 11 двійкових розрядів. Більшу точність досягти важко через труднощі реалізації високоточних вагових резисторів окремих розрядів ЛАЦП.

Виявлено, що порозрядні ЛАЦП на комутуваних конденсаторах з перерозподілом заряду мають низьку точність, до 5–6 двійкових розрядів, через значний вплив паразитних міжелектродних ємностей аналогових ключів. Зменшити цей вплив можна збільшенням ємностей конденсаторного дільника напруги, але тоді погіршується технологічність виготовлення ЛАЦП.

З'ясовано, що найбільш перспективним є виконання порозрядних ЛАЦП за рекурентним методом, який при меншій порівняно з іншими ЛАЦП кількості вагових величин забезпечує підвищену точність, до 11–12 двійкових розрядів, і високу технологічність, яка дозволяє реалізацію рекурентних ЛАЦП у вигляді інтегральних схем.

Отже, у дослідженні встановлено, що порозрядні ЛАЦП на комутуваних конденсаторах з накопиченням заряду забезпечують високу точність перетворення, до 11 двійкових розрядів. Більшу точність досягти важко через труднощі реалізації високоточних вагових резисторів окремих розрядів ЛАЦП.

Розроблений порозрядний ЛАЦП, який має наступні технічні дані: динамічний діапазон вхідних сигналів 80 дБ (100 дБ), похибку перетворення не більшу 0,05 %, час перетворення менший 100 мкс., вихідний сигнал — двійковий код, характеристика та мантиса представляються відповідно 3- і 12-а розрядами.

Результати теоретичних досліджень перевірялися експериментально при фізичному моделюванні і використані для реалізації конкретних пристроїв.

Проектувальники ЛАЦП дедалі більше звертаються до методів перетворення, які при задовільній точності і швидкодії зручно реалізувати в інтегральному виконанні.

Аналого-цифрові перетворювачі з логарифмічним законом перетворення — це особливий клас перетворювачів інформації, який привертає увагу проектувальників кіл і систем, оскільки вони забезпечують тип перетворення, який потребують сигнальні процесори, цифрові контролери та ін.

Аналого-цифрові перетворювачі (АЦП) з логарифмічним законом перетворення мають широке застосування в різноманітних галузях обчислювальної техніки, систем керування та ін. Вони успішно використовуються в системах обробки даних, які виконують операції над вхідними величинами, вхідний діапазон яких сягає кількох декад і до яких поставлена вимога сталого значення відносної похибки у всьому діапазоні перетворення.

Важливими особливостями інформаційних технологій в туризмі є можливість забезпечення комплексного уведення, контролю, зберігання, відображення і аналізу різної

семантичної та картографічної інформації, підготовка картографічних матеріалів для аналітичної обробки, що також забезпечує прийняття ефективних рішень на основі аналізу та інтерпретації просторово розподілених даних. Власне різноманітність інформації, якою повинна оперувати система, і призводить до виникнення ряду проблем, одним із найголовніших серед яких є опрацювання невизначеної інформації та проблема пошуку інформації.

Отже, геоінформаційна система (ГІС) опрацьовує різноманітну за структурою та формою подання вхідну інформацію: картографічна, числова, текстова, графічна тощо. Виникає необхідність збереження великих чисел (протяжність кордонів адміністративної одиниці, чисельність населення, обсяг продукції тощо); надзвичайно малих (величина викидів небезпечних речовин, вміст мінеральних речовин у ґрунті тощо); інтервальних (температура повітря); лінгвістичних оцінок (якість) — оскільки проєктована система є людино-машинною, і тому згенеровані рішення повинні видаватися у термінах, звичних для людини; неточних даних (заміри, виконані у надзвичайних умовах). Реалізація логарифмічних аналого-цифрових перетворювачів дозволить вирішити питання підвищення достовірності та надійності інформації, а, отже, підвищить ефективність рішень, вироблених системою.

### Література

1. Коломбет Е. А. Микроэлектронные средства обработки аналоговых сигналов. — М.: Радио и связь, 1991. — 367 с.
2. Пейтон А. Дж., Воли В. Аналоговая электроника на операционных усилителях. — М.: БИНОМ, 1994. — 352 с.
3. Дж. Уитсон. 500 практических схем на интегральных схемах. — М.: Мир, 1992.
4. S. Cantarano, G. Pollotino. Logarithmic Analog-to-Digital Converters: A Survey. «IEEE Transactions on Instrumentation and Measurement», Vol. IM22, № 3, September, 1973. — P. 201–213.
5. Logarithmic and Log ratio amplifier LOG100//Burr-Brown Corporation, 1981.
6. Ямный В. Е. Аналого-цифровые преобразователи напряжений в широком динамическом диапазоне. — Мн.: Изд-во БГУ, 1980.
7. Les convertisseurs logarithmiques pour les signaux a large plaque de variations / Jean-Paul Andreotti // Electronique Industrielle. Paris. — 1985, № 96, November. — P. 65–72.
8. Автоматизация проектирования устройств измерительной техники / Ю. М. Туз, А. И. Забарный, Б. Н. Белоусов и др. — К.: Вища школа, 1988. — 288 с.
9. Азаров О. Д., Захарченко С. М. Аналіз статичних похибок АЦП зі зрівноваженням зарядів / Вісник ВШ. — 1995. — № 2. — 5–12 с.
10. А. с. 1612374 СССР. Аналого-цифровой преобразователь / А. В. Анисимов // Б. И. — 1990. — № 45.
11. А. с. 1247904 СССР. Аналого-цифровой вычислитель логарифмической функции / Л. Г. Козлов // Б. И. — 1986. — № 28.
12. А. с. 1137486 СССР. Аналоговое логарифмическое вычислительное устройство / Р. В. Бегота, Б. И. Балыч // Б. И. — 1985. — № 4.
13. А. с. 723602 СССР. Логарифмический преобразователь отношения сигналов / В. Г. Зубов, А. П. Крышев // Б. И. — 1980. — № 11.
14. А. с. 1161964 СССР. Логарифмический преобразователь / Р. В. Галиев, В. Э. Штейнберг, В. Р. Голокновский // Б. И. — 1985. — № 22.
15. А. с. 1166146 СССР. Логарифмический преобразователь / Е. И. Чернов // Б. И. — 1985. — № 25.
16. Мычуда З. Р., Дудыкевич В. Б. Способ определения логарифма: А. с. 819948 СССР. — 1982, Б. И. — 29 с.
17. Мычуда З. Р. Логарифмический аналого-цифровой преобразователь: А. с. 1382253 СССР. — 1985 (публикации не подлежит).
18. А. с. 664292 СССР. Логарифмический аналого-цифровой преобразователь / В. Е. Ямный // Б. И. — 1979. — № 19.
19. C. C. Lefas. Successive approximation logarithmic A/D conversion using charge redistribution techniques. «Int. Journal of Circuit Theory and Applications», Vol. 15, 1987. — P. 61–62.
20. Мычуда З. Р. Логарифмічні Аналого-Цифрові Перетворювачі-АЦП майбутнього. Львів: Простір, 2002. — 242 с.

Пілат Л. І.

## МОТИВАЦІЯ ЯК НОВИЙ ПІДХІД У ВИКЛАДАННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ У НЕСПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ВИЩИХ НАЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

*У даній статті йде мова про мотивацію як новий підхід під час викладання іноземної мови у неспеціалізованих вищих навчальних закладах, а саме — у навчанні студентів мови професійного спрямування.*

Навчання іноземної мови за професійним спрямуванням у неспеціалізованих вищих навчальних закладах набуває все більшої популярності в Україні. В цьому немає нічого дивного, враховуючи бажання нашої країни ввійти як рівноправний партнер у світове співтовариство. Таке входження вимагає добре підготовлених спеціалістів у сфері економіки та бізнесу, які володіли б професійною мовою спілкування, яка найбільш поширена у цьому співтоваристві. На сьогодні міжнародна мова професійного спілкування, можна сказати *lingua franca*, безумовно — англійська мова.

Важко перерахувати представників усіх вікових груп, які бажали б вивчати мову професійного спрямування. Найбільша категорія людей — студенти неспеціалізованих вищих навчальних закладів, які вивчають мову. Однозначно, в майбутньому ці студенти складуть економічну, професійну та ділову еліту країни. Таким чином, саме на них ми повинні спрямувати усі можливі нові підходи та методи у викладанні іноземної мови професійного спрямування. Методику викладання англійської мови прийнято трактувати двома основними поняттями: як загальну, так і конкретну — як найбільш принциповий напрямок навчання. Такий розподіл залишав в методиці ще з 60 років, коли виходила «Єдина загальна методика по викладанню іноземної мови» (1967). Було дуже багато спроб розділити ці два поняття, як «метод» та «методична система» [3:64].

У зарубіжній методиці ця проблема була вирішена дещо по-іншому. Поняттям «approach» і «method» можна дати значення — «метод». Таким чином можна говорити про ці слова, як «підхід» та «метод». «Підхід», у розумінні методистів, — охоплює не лише те, як навчити (метод), але й для чого вчити (ціль) і чому вчити (зміст).

Та вихід з таких понять можна знайти під таким словом, як «технологія». Це поняття з'явилося у вітчизняній методиці в 70-х роках минулого століття. Г. В. Рогова трактує її як систему всіх практичних прийомів, які використовуються в аудиторії, а саме, як метод-спосіб [3:64]. Правда, існує дещо інше трактування поняття «технологія» — як використання інформаційних, перш за все комп'ютерних, технологій у викладанні іноземної мови.

Виходячи з цього, в даній роботі «метод» розуміється як комплекс теоретичних положень або принципів, на основі яких може бути побудований навчальний процес — теоретична база того, «як навчати». Практика викладання — практичні способи і прийоми для досягнення певних цілей і завдань викладання — складають його технологію.

Говорячи про те, що метод — це комплекс (або система) теоретичних положень, принципів, ми зовсім не маємо на увазі загальнометодичні принципи, такі як принцип комунікативності; принцип, при якому домінує виконання вправ; принцип, при якому пов'язується навчання мовленнєвої діяльності або принцип, при якому основна увага приділяється особливостям рідної мови.

Загальнометодичні принципи з викладання іноземної мови дуже потрібні і відносяться не лише до методики загалом, а й до її змісту, цілей та організації навчального процесу. Ми повинні дотримуватись нових підходів під час викладання іноземної мови професійного спрямування у неспеціалізованих вищих навчальних закладах. Серед таких підходів виділяємо певні принципи: на перше місце ми можемо поставити принцип

забезпечення мотиваційної достатності у навчанні. Він означає, що навчальний процес повинен давати такий рівень навчальної мотивації для студентів, який мав би бути достатнім для досягнення поставленої цілі навчання.

Часто у студентів підручники з іноземної мови професійного спрямування викликають почуття нудьги. Якщо з підручниками, навчальними матеріалами нудно працювати, то таке навчання не викликає добрих емоцій. Ми не маємо права сказати, що забезпечуємо студента правильною мотивацією навчального процесу.

Давайте ж уточнимо про яку ж мотивацію іде мова. Мотивація буває внутрішня і зовнішня. Зовнішня мотивація, наприклад, через примушування людини вчитися зовсім малоефективна і не дає певного досягнення мети у навчанні. Тим більше, ми не повинні забувати, що навчаються уже достатньо дорослі люди.

У даному випадку правильно зупинитись виключно на внутрішній мотивації — такій, при якій стимул до навчання породжують самі студенти. При високій внутрішній мотивації ефективність навчального процесу різко зростає. Це виникає з того, що між діяльністю і її ціллю встановлюється тематичний зв'язок. Така висока внутрішня мотивація у навчанні іноземної мови виникає у тому випадку, якщо комунікативна діяльність під час вивчення мови і сам процес оволодіння мовою набувають для студента особистісного значення: бажання досягнути особистих цілей у навчанні іноземної мови.

Таким чином, новий підхід у викладанні мови — мотивація як інтегральне вираження. Її можна поділити на 2 види:

- перспективний вид мотивації
- процесуальний вид мотивації

Перспективна мотивація — це бажання працювати, яке пов'язане з метою навчання. Наприклад, важливість та перфектне володіння іноземною мовою для майбутньої професії або швидке підвищення по службі та розвиток власного бізнесу.

Процесуальна мотивація — це мотиви дій, які пов'язані з діями під час вивчення мови, які тісно пов'язуються з мовленнєвою діяльністю. Саме процесуальна внутрішня мотивація як новий підхід у викладанні іноземної мови найбільш дієва з точки зору підвищення ефективності навчального процесу. Перспективною внутрішньою мотивацією наділені практично усі студенти неспеціалізованих вищих навчальних закладів. Взагалі, важко уявити собі молодого студента, який живе в Україні чи іншій державі й не розуміє, яку важливу роль відіграє знання іноземної мови у його кар'єрі, для успіху в житті. Це найбільш правильно, коли мова іде про іноземну мову професійного спрямування для студентів неспеціалізованих вищих навчальних закладах.

Однак, дія перспективної мотивації не дуже велика, бо вона орієнтована на окремі далекі ідеї. Більшість студентів відволікається від таких майбутніх благ різними проблемами, або просто лінуються. Тому часто студенти, добре знаючи, як важливо освоїти для професійного майбутнього якийсь предмет, займаються ним без особливого натхнення, звертаючи головну увагу на більш доступні дисципліни, які дають їм певне задоволення. Якраз це характерно під час вивчення у вивченні іноземної мови професійного спрямування у неспеціалізованих вищих навчальних закладах. Викладачі часто спираються виключно на перспективну мотивацію, яка і є наслідком основних невдач у навчанні. У такому випадку навчальний процес може бути побудований так, що діяльність з вивчення іноземної мови сама по собі не приносить і не може принести студентам якогось задоволення (нудні навчальні матеріали і вправи, орієнтація на заучування мови. Ставка робиться на те, що студенти все виконують бо розуміють, що їм це «потрібно». На практиці ж все по-іншому.

Вплив процесуальної мотивації відрізняється від перспективної. Це мотивація «безпосередньої дії», оскільки вона пов'язана з задоволенням, яке приносить саме

навчання іноземної мови за професійним спрямуванням. Таким чином, процесуальна мотивація — це найбільш сильний і діючий вид мотивації, тому якщо вдається її сформувати у студентів під час вивчення іноземної мови за професійним спрямуванням у неспеціалізованих вищих навчальних закладах, то успіх у навчанні буде гарантований.

Існує ще один новий підхід у викладанні мови, який притаманний виключно навчанню нерідної мови і її спілкуванню. R. G. Gardner (1985) назвав цей підхід — інтегративним мотивом. У ньому поєднуються бажання студента вивчити іноземну мову народу, який спілкується нею та його культуру. Він стверджує, що при таких інтегративних підходах можуть бути реальні досягнення у вивченні іноземної мови. Неможливо досягнути успіху у тому, що тобі не подобається, чи до чого ти просто байдужий.

Та говорити про те, що більшість студентів, які прийшли вивчати іноземну мову за професійним спрямуванням у неспеціалізованих вищих навчальних закладах, вже мають певні розвинуті навички інтегративної мотивації, буде явно перебільшенням. Більшість студентів доволі байдуже ставляться до іноземної мови, англomовного народу чи просто до його культури. Вивчення мови часто сприймається як щось дуже необхідне (перспективна мотивація), зовсім нецікаве і не те заняття, яке могло б принести хоч якесь задоволення. Інколи такі навчання пов'язані з поганими емоціями: нудьгою, очікування поганих оцінок, невпевненість у власних силах чи можливостях. З цього виходить, що інтегративний метод ми лише повинні сформувати. Та як це зробити? Не лише завдяки добрим емоціям можна сформувати інтегративний підхід. Забезпечуючи добрі емоції, ми розвиваємо процесуальну мотивацію, яка є найбільш успішним підходом у вивченні іноземної мови.

Принцип забезпечення мотиваційної достатності у навчанні потребує постійних добрих емоцій студентів під час навчального процесу іноземної мови за професійним спрямуванням, що у свою чергу розвиває процесуальну мотивацію, через яку виникає інтегративний мотив.

Виникає питання, як забезпечити добрі емоції студентам, які б могли викликати у них процесуальну мотивацію. Відомо, що процесуальна мотивація виникає при безпосередній особистісній значимості конкретних дій, перш за все тоді, коли ці дії дають можливість студенту проявити себе. Причина в тому, що одна з головних потреб людини є самовдосконалення в очах інших людей. Таким чином, найголовніша частина людського спілкування направлена саме на це.

### Література

1. Антонов О. И. Английский язык для бизнесмена. — Москва: Информпечать, 1991. — 111 с.
2. Берман И. М. Методика обучения английскому языку в неязыковых вузах. — Москва: Высшая школа, 1970. — 232 с.
3. Бориско Н. Ф. Теоретичні основи створення навчально-методичних комплексів для мовної між культурної підготовки вчителів іноземних мов (на матеріалі інтенсивного навчання німецької мови): Автореф. дис. ... докт. пед. наук. — Київ, 2000. — 36 с.
4. Тарнопольский О. Б., Кожушко С. П. Методика обучения английскому языку для делового общения: Учебное пособие. — К.: Ленвит, 2004. — 192 с.

Фастовець О. О.

## ЕКОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ЗМІСТУ СПЕЦКУРСУ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОДРОЖЕЙ ТА ПЕРЕВЕЗЕНЬ»

*У статті обгрунтовано потребу здійснити екологізацію системи раціональної освіти, найперше — освіти в навчальних закладах туристського профілю. Як методичний зразок автор пропонує свій проект екологізації програми вивчення фахово орієнтованої вибіркової дисципліни «Організація транспортних подорожей і перевезень».*

Швидкий розвиток транспортної системи та інтенсивний розвиток туристської галузі у ХХ ст. негативно впливає на стан довкілля. Відбувається постійне зростання транспортного навантаження, надмірно експлуатуються природні ресурси, яскраво проявляється загально неприйнятна поведінка туристів. Разом з тим потрібно зазначити, що більшість дослідників вважають глобальну екологічну кризу відображенням кризи культури сучасної цивілізації. Тому виникає необхідність подолання традиційного уявлення людини про екологічні проблеми як такі, що спричинені лише зовнішніми факторами. Сучасне людство повинно усвідомити, що ці проблеми породжуються антропоцентричним типом свідомості та діяльності саме людини.

Тому одним з основних шляхів збереження людини в складі біосфери є шлях коеволюції, зміни способу життя, який узгоджує потреби людей із можливостями біосфери. Екологічно доцільні зміни у свідомості людини здійснюються через оновлення змісту екоосвітнього процесу на основі нової освітньої парадигми. Інтеграційні процеси, що здійснюються під час впровадження європейських норм і стандартів освіти обумовлюють впровадження інноваційних технологій навчання. Приєднання України до Болонського процесу загострило проблему необхідності модернізації освітньої діяльності, забезпечення якості вищої освіти, тому при впровадженні нових моделей навчання, необхідно використовувати інноваційні педагогічні технології. В умовах зміни парадигми освіти та переходу до освіти особистісно орієнтованого типу, певної трансформації повинна зазнати система підготовки фахівців туристичної галузі.

На нашу думку важливого значення повинна набути екологізація системи освіти. Аналіз навчальних програм підготовки студентів у ВНЗ туристичного профілю показав, що в наявних освітніх програмах методологічні підходи до вирішення екологічних проблем питання сталого розвитку країни розглядаються стисло і лише на теоретичному рівні в курсі «Основи екології».

При здійсненні екологізації будь якого курсу, на думку дослідниці Л. Б. Лук'янової [3, 41] провідним критерієм відбору знань є «рівень їх впливу на забезпечення усвідомлення гармонізації природних зв'язків та причини кризовості цих зв'язків». Враховуючи все вище зазначене, нами була здійснена екологізація програми вивчення фахово орієнтованої вибіркової дисципліни «Організація транспортних подорожей і перевезень» за структурно-логічною схемою, передбаченою освітньо-професійною програмою підготовки бакалаврів напряму 0502 «Менеджмент» професійного спрямування 6.050200 «Менеджмент організацій» (менеджмент туристичної індустрії). Також під час здійснення дослідження були проаналізовані та впроваджені такі форми підготовки майбутніх менеджерів із туризму: лекції-візуалізації, лекційно-практичні заняття, метод проектів, тестовий контроль знань.

Отже, на нашу думку до програми курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень» доцільно включити наступні теми та питання [4]:

— ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ (Предмет, структура і завдання курсу. Види транспортних засобів: водні, сухопутні, повітряні. Транспортна послуга



як складова турпродукту. Види транспортних подорожей: за типом приналежності транспортного засобу; сезонністю, побудовою траси маршруту, тривалістю, засобом перевезення. Стратегія сталого розвитку туризму та транспортних подорожей як фактор оптимізації взаємодії суспільство-довкілля).

— **РОЗВИТОК ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ СВІТУ** (Поняття «транспортна система» та основні етапи її формування. Особливості транспортної системи періоду давніх цивілізацій; особливості розвитку транспортної системи в період Середньовіччя; особливості розвитку транспортної системи у період Великих географічних відкриттів; розвиток транспортної системи у період промислової і транспортної революції: виникнення парових візків, залізниць, паровозів та пароплавів, модернізація шляхів. Загальні особливості транспортної системи періоду інтенсивного розвитку. Вплив транспорту на довкілля. Політика екологічної безпеки транспорту).

— **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ВОДНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ СИСТЕМИ СВІТУ** (Поняття флот водного транспорту, його види: технічний, допоміжний, торговий. Класифікація рейсів у залежності від мети та виду, дальності плавання, форми сполучення, швидкості руху. Стан розвитку внутрішньої водної мережі та основні річкові круїзні території. Стан розвитку морської транспортної мережі та формування морських круїзних територій. Особливості сучасного стану розвитку ринку круїзів. Екологічні проблеми водного транспорту).

— **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ ПІД ЧАС ЛІНІЙНОГО ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВОДНИМ ТРАНСПОРТОМ** (Сучасна нормативно — правова база організації лінійних перевезень. Основні види послуг на судні: розміщення, харчування, дозволя, інформаційні та побутові, берегове обслуговування. Організація роботи з реєстрації, розміщення та харчування. Порядок надання основних та додаткових послуг під час лінійного перевезення).

— **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВОДНОГО МАРШРУТУ (КРУЇЗУ)** (Порядок укладання угоди про оренду судна та надання послуг. Організація взаємодії між командою, дирекцією круїзу та службами обслуговування туристів. Організація обслуговування туристів під час круїзу. Забезпечення безпеки туристів під час водних маршрутів. Інформування про стан екологічного забруднення території).

— **СТАН РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОЇ СИСТЕМИ** (Стан розвитку залізничної мережі, її регіональні особливості. Розвиток швидкісних перевезень. Міжнародне співробітництво у сфері залізничного транспорту. Рухомий склад пасажирського транспорту. Види поїздів та категорійність вагонів. Екологічні проблеми залізничного транспорту).

— **ОРГАНІЗАЦІЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ТУРІВ** (Умови оренди та склад туристичного поїзду. Здійснюється розробка маршруту та розкладу руху. Вивчаються особливості обслуговування туристів під час спеціалізованих залізничних маршрутів. Політика розвитку альтернативних видів туризму. Впровадження екологічного туризму).

— **ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТУРИСТІВ НА РЕГУЛЯРНИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ЛІНІЯХ** (Правове регулювання залізничних перевезень; організація перевезень міжнародними регулярними лініями; система пільг та знижок. Організація перевезень туристів рейсовими поїздами на території України. Особливості організації роботи гідів (керівників туристичної групи) на лінійному залізничному маршруті).

— **СТАН РОЗВИТКУ СИСТЕМИ АВТОПЕРЕВЕЗЕНЬ** (Виникнення та розвиток автоперевезень у світі: розвиток індустрії автопрокату. Регіональні особливості системи автомобільних перевезень: в Європі, Америці, Азії, Африки. Стан розвитку автопарку світу. Особливості розвитку системи автошляхів. Основні види автотранспорту. Екологічні проблеми автотранспорту).

— ОРГАНІЗАЦІЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ АВТОТУРІВ (Нормативно-правова база організації автобусних перевезень. Організація перевезень туристів регулярними лініями. Основні етапи створення автобусного маршруту: дослідження туристичних ресурсів, побудова ескізної моделі, розробка карти швидкості, оформлення паспорту маршруту. Особливості роботи гіда (керівника туристичної групи). Організація прокату автомобілів. Етапи забезпечення функціонування маршруту для туристів на власному автотранспорті. Вимоги до безпеки під час перевезень туристів автотранспортом. Впровадження в програми турів екологічних екскурсій)

— СТАН РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ПОВІТРЯНИМ ТРАНСПОТОМ (Виникнення та розвиток повітряного транспорту світу. Сучасний стан ринку авіаперевезень. Типи літаків. Основні авіакомпанії перевізники, аеропорти світу. Екологічні проблеми авіатранспорту).

— ОРГАНІЗАЦІЯ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТУРИСТІВ НА АВІАТРАНСПОРТІ (Правове забезпечення перевезень у міжнародному і внутрішньому сполученні. Організація взаємодії туристичної фірми з авіакомпанією. Порядок резервування авіаквитків на регулярних лініях. Система тарифів і пільг. Організація обслуговування пасажирів на регулярних лініях. Організація роботи гіда на авіаційному маршруті. Забезпечення безпеки під час авіарейсів. Методика розробки та обладнання екостежок).

При підготовці майбутніх менеджерів із туризму у вищих навчальних закладах III–IV рівня акредитації ми пропонуємо ширше використовувати такі форми як лекції-візуалізації та лекційно-практичні заняття.

Використання лекції-візуалізації дозволяє реалізувати принцип наочності, глибоко пізнати сутність явищ та процесів, які вивчаються. Застосування технічних засобів навчання дозволило збільшити обсяг матеріалу, покращити доступність подачі і сприйняття навчального матеріалу.

Використання лекційно-практичних занять дозволило поєднати елементи лекції-візуалізації і практичного заняття. Головною метою такого заняття є передача інформації стосовно певного технологічного процесу та закріплення її практичними діями. Лекційно-практичне заняття має риси, що притаманні лекції-візуалізації: викладання навчального матеріалу супроводжується демонстрацією, що дозволяє сприймати інформацію вербально та візуально. Викладається характеристика певної технології або технологічного процесу, а під час практичної частини заняття відбувається закріплення отриманої інформації. Таким чином підтримується зв'язок між отриманими знаннями і їх практичним застосуванням, виконання певної дії або процесу, роз'яснення (показ) на прикладах. Це важливо при вивченні технологій (наприклад, технології створення екотуристичного маршруту), оскільки є можливість не тільки усвідомити завдання, а й простежити реальний процес виконання. Подальша практична частина сприяє закріпленню цього процесу шляхом самостійного виконання дій. Особливо важливим є процеси сприйняття і закріплення інформації не розірвані в часі. Ефективність такого закріплення залежить від доцільності добірки завдань і позиції викладача, що слідкує за правильністю виконання, керує роботою, допомагає у випадку, коли виникають проблеми та складності. Отже результатом лекційно-практичного заняття є формування у слухачів не тільки загального явлення про технологію, але й елементарних навичок роботи.

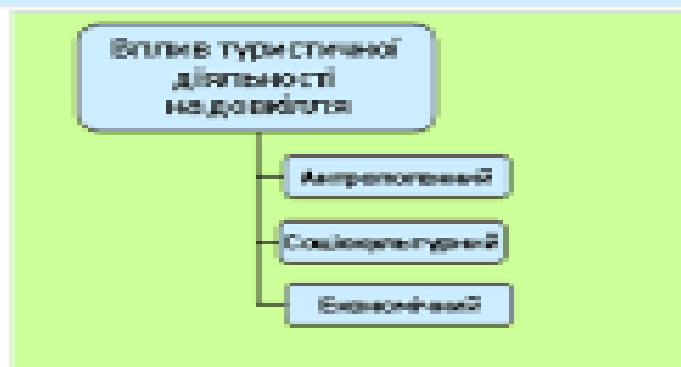
Як приклад наведемо пропозиції щодо екологічної складової матеріалу лекції-візуалізації «Транспортне забезпечення туризму».

Надзвичайно важливе значення має контроль якості знань студентів при вивченні будь якого предмету. Як свідчать дослідження Н. І. Волкова, А. Н. Алексеева, Н. А. Алексеева на контроль знань покладають цілий ряд функцій: навчальна, контролююча, розвиваюча

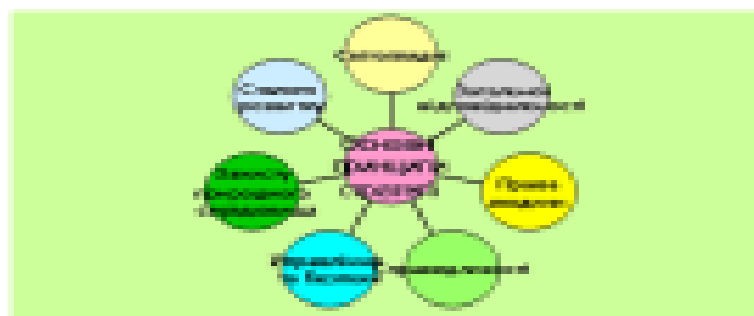
### Тема 1. Транспортне забезпечення туризму Основні принципи стратегії сталого розвитку

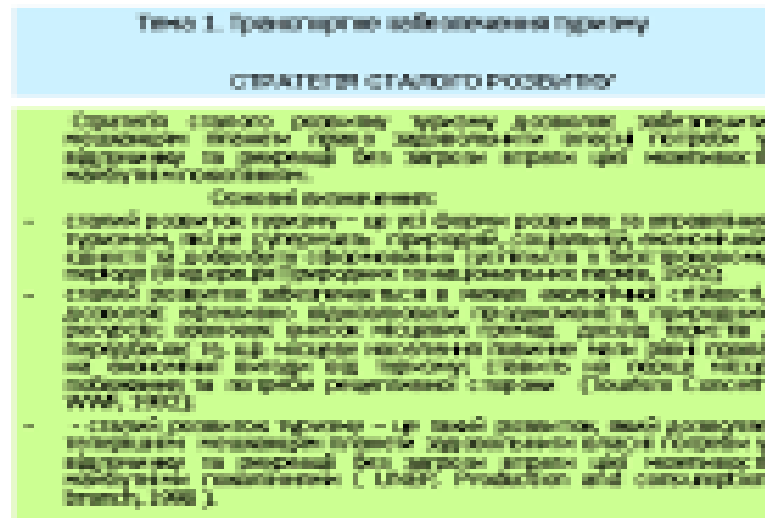
- принципи безпеки (наприклад, цілісність, безпечність та адаптованість – роль транспортних засобів, безпека інфраструктури);
- принципи екологічної відповідальності (наприклад, контроль турботи і задоволення відповідальності людини за стан довкілля, зразок, об'єктивність і відновлення природних ресурсів, збереження біорізноманітності);
- права людини (наприклад, право всіх людей, включеною майбутні покоління, на чисте довкілля, право всіх людей на економічний, соціальний, політичний та культурний розвиток);
- принцип справедливості;
- принципи управління та безпеки (наприклад, відома діяльність, державні установи та місцеві влади мають зрозуміти відповідальність та виконання відповідальності людини відповідно до її функцій); надання ролі національним організаціям виконання відповідного регулювання);
- принципи забезпечення сталого розвитку природного середовища (наприклад, зрозуміти національні екологічні стандарти та покращення моніторингу, покращення транспортних екологічних проблем, покращення надання надання даних, та розвиток наукової стратегії в галузі збереження природи і сталого розвитку, покращення даних, виконання відповідних екологічних діяльності збереження природи і покращення стандартів);
- загальні принципи сталого розвитку (наприклад: принцип „добрих сусідів“, дотримання принципів зразку відповідності і спільного управління, покращення і покращення відповідних екологічних напрямків, зразок і покращення відповідних екологічних напрямків);

### Тема 1. ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИЗМУ ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ДОВКІЛЛЯ



### Тема 1. Транспортне забезпечення туризму Стратегія сталого розвитку





[1, 6]. Навчальна функція проявляється в ході перевірки, коли поглиблюють та вдосконалюються знання, вміння та навички. Контролююча функція полягає у встановленні факту наявності знань, умінь та навичок або їх відсутності. Невід'ємною складовою контролюючої функції є самоконтроль. Студент повинен навчатися критично ставитися до результатів своєї діяльності. Також відбувається встановлення зворотного зв'язку, отримання викладачем інформації про хід навчального процесу. Розвиваюча функція контролю знань проявляється у вдосконаленні таких психічних процесів та властивостей особистості, як увага, пам'ять, мислення, стимулюванні пізнавальної активності.

Напочатку вивчення дисципліни «Організація транспортних подорожей та перевезень» проводиться вхідний контроль. Він дозволяє з'ясувати, які знання із загального курсу «Основи екології» можливо використати викладачем в якості фундаменту. Використовуючи вхідний контроль викладач має можливість сформувати міждисциплінарні зв'язки. Основним завданням поточного контролю є з'ясування якості засвоєння навчального матеріалу, виявити недоліки та стимулюватися цікавість студентів до предмету. В зв'язку з розвитком модульної системи все більшого значення набуває рейтинговий контроль знань, що має основною метою мобілізувати студентів на поглиблене вивчення даної дисципліни, її провідних тем, раціоналізувати пізнавальну діяльність студентів, зорієнтувати їх на самостійну працю. Наприкінці вивчення дисципліни передбачається підсумковий контроль знань. Контроль якості знань здійснюється з використанням тестових завдань. Перевага тестів в об'єктивності перевірки та оцінки знань студентів. Тести повинні відповідати певним вимогам: надійність, валідність, об'єктивність.

Потрібно відмітити, що обсяг екологічних знань, яких необхідно набути студентам, вимагає диференційованого підходу з урахуванням вимог конкретної галузі, постійного усвідомлення руху від теорії до застосування на практиці, гармонійного розвитку від екологічної обізнаності до екологічного мислення. Одним з напрямів розв'язання вищезазначених проблем є впровадження у професійну підготовку майбутніх менеджерів з туризму методу проектів.

Внаслідок впровадження методу проектів в екологічну підготовку майбутніх менеджерів туризму відбувається свідоме самостійне засвоєння студентами навчального матеріалу та створення конкретного екологічного туристичного продукту. Дослідив доцільність використання проектної технології в процесі здійснення екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму ми вважаємо, що вирішення цього важливого завдання

інтегрованого знання, самостійного усвідомлення екологічних проблем при розробці проектів екотуристичних маршрутів та екологізації туристичних транспортних подорожей. Наше припущення базувалась на положеннях, обґрунтованих в дослідженнях О. І. Герман «Матеріалізованим продуктом проектування є навчальний проект, що визначається як самостійно прийняте студентами розгорнуте розв'язання проблеми у вигляді вивчення та опису об'єктів та процесів природи, розробок макетів, схем, а також конкретної діяльності з благоустрою місцевого навколишнього середовища, обладнання маршрутів» [2, 5].

На нашу думку, дидактичною одиницею в методі проектів виступає реально створена для студентів проблема та шляхи її розв'язання, що набувають рис проектної діяльності. Потрібно зазначити, що під час розробки проекту поряд з пізнавальним аспектом змісту завжди присутні емоційно-ціннісний особистісний, діяльнісний та творчий аспекти.

Робота над проектом повинна відповідати певним вимогам: виконання здійснюється на визначеному відрізку теоретичних знань; теми проектів пропонує викладач, але можливе врахування пропозицій студентів; час виконання проекту залежить від змісту, мети і завдань і може тривати від кількох тижнів до року (за умови тривалого виконання проекту намічаються етапи виконання з конкретними результатами роботи на кожному); творче завдання може бути представлено у вигляді рефератів, дослідницьких робіт, графічних схем на основі експериментально-вимірювальної роботи на місцевості, макетів навчальних посібників тощо, розробки конкретних маршрутів екопрогулянок, екостежок, екоекскурсій.

Тематика проектних досліджень повинна відповідати наступним критеріями: значущість цієї інформації для студентів; соціальна значущість проекту; наявність у проекті виховного потенціалу; зв'язок з досліджуваними темами курсу екології; можливість визначення проблеми; час, що відводиться на вивчення певного розділу й теми (враховується пора року, оскільки використання деяких методик вимагає певного стану природних об'єктів); можливість реалізації між предметних зв'язків; співвідношення наявних знань та особистісного досвіду студентів на користь перших.

Міжпредметні проекти розробляються та захищаються студентами на III курсі факультету туристичного менеджменту Інституту туризму ФПУ за різними тематичними напрямками вже більше 5 років: «Розробка екологічного туру та організація обслуговування туристів на екомаршруті», «Розробка автобусного транспортного туру в контексті сталого розвитку», «Розробка залізничного транспортного туру в контексті сталого розвитку», «Розробка авіаційного транспортного туру в контексті сталого розвитку», «Розробка водного транспортного туру в контексті сталого розвитку». Як проект можливо розглядати створення екостежок, екоекскурсій. Одним із видів проектної діяльності можливо вважати написання екологічного розділу в курсовій або дипломній роботі. Метою написання екологічного розділу є закріплення та поглиблення теоретичних та практичних знань отриманих студентами в процесі вивчення курсів «Екологія» та фахово орієнтованих дисциплін. Студенти повинні розкрити зміст екологічної проблеми, висвітлити актуальні проблеми природокористування в туристичній галузі, проаналізувати фактичні данні щодо еколого-економічних показників оцінки виробничих процесів; запропонувати шляхи удосконалення ефективності заходів з охорони довкілля.

Отже узагальнюючи вищезазначене можливо зробити наступні висновки:

- екологічну підготовку майбутніх фахівців в контексті сталого розвитку;
- при вивченні фахово-орієнтованих туристичних дисциплін доцільно віддавати перевагу лекціям-візуалізаціям та лекційно-практичним заняттям, формам викладання матеріалу, що сприяють підвищенню ефективності навчання;
- необхідно використовувати інтегративні, універсальні підходи до організації самостійної діяльності, а саме впроваджувати проектні технології, що відповідає запитам

сталого розвитку суспільства, розширює екологічну компетентність майбутнього менеджера із туризму;

— застосування методу проектів сприяє побудові відкритої системи освіти, що забезпечить кожному власну траєкторію самоосвіти; розвитку творчого потенціалу студента.

#### Література

1. Волков Н. И., Алексеев А. Н., Алексеев Н. А. Тестовий контроль знань. — Суми: ИТД «Университетская книга», 2004. — 109 с.
2. Герман О. І. Метод проектів у навчанні географії // Географія, № 23, грудень 2004. — С. 5–9.
3. Лук'янова Л. Б. Екологічна освіта у професійно-технічних навчальних закладах: теоретичний і практичний аспекти. — К.: Мілленіум, 2006. — 252 с.
4. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень. — К.: Музична Україна, 2003. — 190 с.

Капаціла В. І.

## РЕАЛІЗАЦІЯ МІЖПРЕДМЕТНИХ ЗВ'ЯЗКІВ У ТУРИСТИЧНИХ ПОХОДАХ

*У статті розглядаються питання міжпредметних зв'язків і їх реалізація в умовах туристичного походу вихідного дня студентів ВНЗ. Виділено групи предметів та шляхи їх реалізації у туристичному поході вихідного дня.*

На сьогодні Україна визначена як одна з країн з перспективою залучення інвестицій у туристичну галузь. У зв'язку з цим ведеться підготовка кадрів для реалізації даного напрямку діяльності. Підготовка осіб до діяльності у туристичній галузі ведеться з різних напрямів майже у десяти вищих навчальних закладах Львівщини III–IV рівнів акредитації.

Одним з перших та провідних ВНЗ є Львівський інститут економіки і туризму. В процесі підготовки студенти отримують весь необхідний арсенал знань, умінь та практичних навиків.

У педагогічно вірно організованому та проведеному поході є і раціональний режим праці, і відпочинку, і раціональне, збалансоване харчування, а також фізіотерапевтичні фактори (сонце, повітря, вода), відновлення дефіциту рухомої активності. Тому туристська діяльність є також одним із засобів оздоровлення та фізичного розвитку підлітків. Походи вихідного дня розривають напружену навчальну діяльність, знімають нервові напруження. Дні, проведені на свіжому повітрі, дають могутній заряд бадьорості та енергії [1–3, 6].

Туризм має характерне фізичне навантаження. Це перш за все хода, яка є фізіологічною потребою організму. Хода доступна за своїм фізіологічним навантаженням студентам основної та підготовчої групи та згідно консультації лікаря особам, віднесеним до спеціальної медичної групи [2, 5, 7].

При ході, особливо з вантажем, у русі беруть участь практично всі основні групи м'язів верхніх та нижніх кінцівок, тулуба. У туризмі все підпорядковано логіці активного руху, посилення фізичних навантажень при достатньому та повноцінному відпочинку [4, 6, 7].

Так, наприклад, у поході другого ступеня складності, тривалістю до 4 днів, підлітки можуть реалізовувати найбільш характерні психологічні особливості свого віку (спілкування, самоврядування, самоконтроль, взаємодопомога). Окремі методики, описані різними авторами, виявили значні зміни в поліпшенні самопочуття і настрою додатково підвищувалась активність.

У походах вихідного дня і перших двох категоріях складності фізичні навантаження ніколи не бувають граничними, і тому не перевищують можливості студента групи. Адаптація до навантажень проходить легше, оскільки мандрівник потрапляє в первинні умови природи. Саме в таких умовах (чисте повітря, вода, природа) органи і системи налагоджують свої взаємодії особливо гармонійно. Слід окремо зазначити оздоровчі властивості природи окремих регіонів України [1, 7].

У Львівському інституті економіки і туризму у обов'язкову програму навчання включено предмет «Фізична культура, спорт та психологічний тренінг», у рамках якого проводяться аудиторні та практичні заняття, змагання та конкурси, предметні олімпіади, походи вихідного дня та різноманітні заходи туристсько-краснознавчого спрямування.

Мета дослідження: визначити наявність та реалізацію міжпредметних зв'язків у туристичних походах вихідного дня зі студентами ЛІЕТ.

Завдання дослідження полягають у тому, щоб визначити міжпредметні зв'язки, що реалізуються у туристичних походах вихідного дня та послідовність та силу проникнення навчальних дисциплін у туристичному поході.

Методи дослідження:

- аналіз та узагальнення даних літературних джерел;
- інформаційний аналіз інформаційних джерел мережі «Інтернет»;
- соціологічні методи (бесіда та анкетування).

Нами визначено за допомогою науково-методичної літератури, даних мережі Інтернет, бесіди з науково-педагогічними кадрами, що в процесі туристичного походу свого відображення набуває велика кількість навчальних дисциплін. Проведено умовний розподіл на чотири групи навчальних дисциплін, які залучаються в процесі туристичного походу:

— група обов'язкових навчальних предметів. Вона представлена такими навчальними дисциплінами, які є невід'ємними складовими процесу підготовки фахівця високого рівня у галузі туризму та розкриває необхідні інформаційні дані;

— група навчальних предметів загально розвиваючого характеру. До даної групи увійшли навчальні предмети, які не є обов'язковими для галузі туризму. Однак, рівень володіння знаннями у них відображає теоретичну підготовленість особи при наявності вищої освіти;

— група навчальних дисциплін, які можуть бути включені у туристичні походи при попередньому узгодженні завдань. Ця група навчальних предметів дозволяє отримати додаткову інформацію у процесі туристичного походу. Однак вона потребує додаткових витрат часу на організацію туристичного походу та відповідний рівень підготовленості, як учасників походу, так і осіб, що його організовують.

Таким чином ми поєднали окремі навчальні дисциплін, що реалізуються у міжпредметних зв'язках в процесі проведення туристичного походу у рамках дисциплін «Фізична культура, спорт і психологічний тренінг» у Львівському інституті економіки і туризму (рис.1).

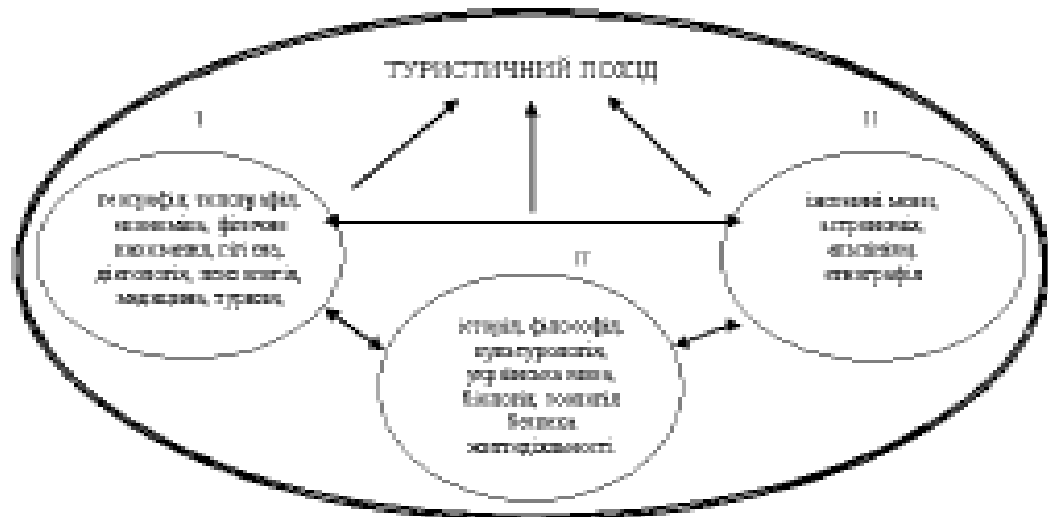


Рис. 1. Схема реалізації міжпредметних зв'язків у туристичному поході

Залучення до першої групи таких навчальних предметів, як туризм зумовлене безпосередньою професійною спрямованістю проведення туристичного походу з метою отримання студентами нових знань та умінь; медицина — є обов'язковим атрибутом проходження маршруту з використанням, у разі потреби знань для запобігання ускладнень при отриманні травм, надання кваліфікованої допомоги та інше; психологія — дозволяє керуватися загальними положеннями керування групою, реалізуються



схеми внутрішньо групових, міжособистісних зв'язків, наявні тісне спілкування, уникання та при потребі вирішення конфліктів, сумісність та інше; дієтологія — представлена умінням добору та приготування в належних умовах страв, які б сприяти відновленню організму студентів та покращення працездатності; гігієна — обумовлюється необхідними вимогами до санітарного стану особистої гігієни учасників походу; фізичне виховання — розвитком та вдосконаленням необхідних фізичних якостей у процесі проведення походу та надання необхідної інформації щодо їх підтримання; економіка — дозволяє оволодіти оптимальним мінімумом інформації щодо складання кошторисів проведення туристичних походів та різного роду заходів, планування витрат та запобігання форс-мажорних ситуацій; топографія, як і географія — реалізують основні правила проходження маршрутів, орієнтування на місцевості, пошуку води, розподілу сил на маршруті та ін.

На рисунку відображено розподіл окремих навчальних дисциплін, які реалізують свої міжпредметні зв'язки у туристичному поході.

До другої групи увійшли навчальні предмети, що дозволяють отримати в процесі походу знання, які сприяють загальному розвитку особистості студента та засвідчують відповідність до освіти, що здобувається. Так, безпека життєдіяльності включена з метою отримання знань в процесі туристичного походу щодо елементарних умов поведінки при проходженні маршруту, запобігання травматизму учасників походу; біологія та зоологія пов'язані з отриманням знань студентами щодо рослинності та тварин, які перебувають на територіях, що підпадають для проходження маршруту; українська мова реалізовується безпосередньо в умовах походу, так як є основним засобом спілкування, однак у туристичному поході студенти додатково мають можливість набути знання з специфічних термінів, що використовуються. Культурологія, філософія та історія нами виділені у дану групу, як предмети, що дозволяють отримати новий рівень розуміння сутності життя окремих етнічних груп (бойки, лемки, гуцули та інші) у історичному процесі розвитку як їх осередків, так і нації в цілому.

До третьої групи навчальних предметів, інформація яких може реалізовуватись у туристичному поході ми віднесли предмети, втілення яких потребує додаткової підготовки. Так, реалізація знань з етнографії потребує докладного вивчення звичаїв народностей, що проживають на території проходження маршруту походу; альпінізм — додаткової фізичної підготовки та спорядження, хоча є надзвичайно цікавим для студентів, астрономія вимагає теоретичної підготовки та проведення спеціалістом спеціальних занять у вечірній та нічний час, який у подальшому може несприятливо впливати на відновлення учасників походу. Іноземні мови — своєї реалізації потребують досконалого володіння мовою, що суттєво обмежує коло учасників туристичного походу.

Туризм є потужним чинником розвитку України та інтеграції її у світове товариство розвинутих країн. Неодмінним фактором при підготовці кадрів у сфері туризму є різноманітні туристичні походи. У туристичних походах реалізуються міжпредметні зв'язки трьох груп, до яких увійшли різноманітні навчальні дисципліни: група обов'язкових навчальних предметів, група навчальних предметів загально розвиваючого характеру, група навчальних дисциплін, які можуть бути включені у туристичні походи при попередньому узгодженні завдань.

### Література

1. *Сухарев А. Г.* Здоровье и физическое воспитание детей и подростков. — Москва: Медицина, 1991. — 208 с.
2. *Язловецкий В. С.* Физическое воспитание детей и подростков с ослабленным здоровьем. — К.: Здоровья, 1991. — 50 с.
3. *Костриця М. Ю., Фубовіс М. С.* Туристський похід вихідного дня. — К., 1989. — 40 с.

- 
4. *Канішевський С. М.* Науково-методичні та організаційні основи фізичного самовдосконалення студентства. — К.: ІЗМН, 1999. — 270 с.
  5. *Шиян Б. М., Папуша В. Г.* Теорія фізичного виховання. — Тернопіль: Збруч, 2000. — 183 с.
  6. *Щербина В. А., Операйло С. І.* Фізична культура і біогуманітарна підготовка студентів вузів. — К., 1995. — 208 с.
  7. *Нестеров В. Н.* Нормативные основы физического воспитания студенческой молодежи. — Минск: Высшая школа, 1980. — 95 с.

*Розділ 8.*  
**ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ**

*Ляшкевич П. А., Стоколос-Ворончук О. О.*

**НАРОДНОПОЕТИЧНИЙ ОБРАЗ ЛЬВОВА**  
**(Львів в українському фольклорі / Зібрав та впорядкував**  
**Василь Сокіл. — Львів: Афіша, 2006. — 286 с.)**

До 750-річчя ювілею Львова відомий вчений, невтомний збирач і дослідник української усної народної творчості, старший науковий працівник Інституту народознавства НАН України Василь Сокіл видав ґрунтовний фольклорний збірник, матеріали якого тематично стосуються нашого міста. А позаяк фольклорні матеріали, на відміну від текстів письменників, не можуть відтворювати «образу автора», є потреба зробити це в прелюдії рецензії.

Василь Сокіл — одержимий у праці збирання, тобто записування, опрацювання, аналізу й видання фольклорних матеріалів. Обсяг опублікованого цим наполегливим подвижником справді є подиву гідним. Десятки років у численних фольклорних експедиціях він відшукує духовні перли, витворені впродовж віків поетичною душею народу. Фольклорні знахідки-записи В. Сокола друкувалися у збірниках «З гір Карпатських» (1981), «Ходили опришки» (1983), «Соціально-побутові пісні» (1987), «Весільні пісні» (1988). Окрім того, вчений-фольклорист самостійно зібрав, упорядкував і видав, супроводивши фаховими аналітичними передмовами, з десятків окремих книг різножанрових фольклорних матеріалів. Це, зокрема, «Українські перекази» (1993), «Писана керниця» (1994), «Фольклорні матеріали з отчого краю» (1998), «Народні пісні з батьківщини Івана Франка» (2003), «Історичні перекази українців» (2003) та інші. Сотні фольклорних записів учений регулярно публікував у популярних масових виданнях та фахових часописах. Народні легенди і перекази спонукали вченого до глибоких аналітичних досліджень жанрової специфіки та художньо-естетичної своєрідності цих зразків фольклору. Їм присвячено ґрунтовні монографії «Народні легенди та перекази українців Карпат» (1995) та «Українські історико-героїчні перекази: структурно-семантичний та поетичний аспекти» (2003). Відомий фольклорист Г. Дем'ян об'єктивно і посутньо поціновує якісний доробок вченого, коли пише: «Багаторічний досвід збирання усної народної творчості, підкріплений поглибленим вивченням джерелознавчої й теоретичної літератури, дуже позитивно позначився на науковій діяльності вченого. Без жодного перебільшення можна говорити, що її треба вважати однією з кращих в сучасній фольклористиці України. Велике значення має й те, що своїми записами Василь Сокіл охопив майже всі регіони України, не обминувши і Чорнобильської зони. У його зібраннях представлені всі види і жанри українського фольклору: пісні, голосіння, легенди, перекази, казки, народні оповідання, прислів'я та приказки, загадки, дитячі лічилки, дражнилки тощо. Ці скарби народної мудрості позначені скрупульозною точністю передачі побутового звучання, високим рівнем мовностилістичного відтворення специфіки місцевих говірок. Збагачує їх і наявність значної частини відповідних приміток та коментарів» [1:7].

Збірник «Львів в українському фольклорі» теж підготовлено і видано на зразковому рівні наукового академізму. Структурований він за жанрово-тематичним принципом: розділи «Усні джерела. Народна проза», «Обрядові пісні», «Необрядові пісні», «Родинно-побутові пісні», «Соціально-побутові пісні», «Пісні національно-визвольних змагань». а в межах кожного розділу матеріали згруповано за тематичними ознаками. Наприклад, останній розділ має підрозділи «Стрілецькі пісні», «Пісні ОУН-УПА», «Тюремні пісні». Крім того, зважаючи на ювілейний статус видання, автор-упорядник на початку книги доцільно помістив історичні документальні матеріали з «Галицько-Волинського літопису» та «Хроніки Львова» В. Зиморовича, в яких зафіксовано першу згадку про місто, далі ліквідацію князем Львом Даниловичем, за наказом монгольського полководця Бурундая, оборонно-фортечних укріплень у Львові та подальше їх відновлення.

Звичайно, образ Львова, витворений народною уявою і фольклорними художніми засобами, відрізняється від історичного образу, як і такого, який створений митцями (письменниками, художниками, музикантами). Напевно, свій образ Львова зафіксований і в польському та єврейському фольклорі, у завжди продуктивній словесній творчості людей з груп соціальної опозиції (жуліки, батяри, бомжі, злодії, богемники тощо). До збірника увійшли фольклорні матеріали, створені чи записані не у Львові, тобто не автентичними мешканцями міста. Тому в них найчастіше Львів згадується як місто, в якому відбувалися або мають відбутися якісь події. У більшості записів Львів фіксується топонімічно, без конкретних деталей пейзажного, суспільно чи побутового характеру, з яких можна було б скласти більш автентичніший образ міста. Львів у народній уяві зберігся як образ найбільшого і «найпритягальнішого» міста краю, міста-міфу, в якому лише й можуть відбуватися якісь важливі події особистого чи історичного характеру. Тому найбільш яскраво в більшості матеріалів виділяється топос дороги до Львова («поїхав до Львова»):

Бувай, мамочко, здорова,  
Бо я їду аж до Львова (с. 216)

Ой нема пана дома,  
Бо поїхав до Львова (с. 105)

Не одна мати плаче, не одна вдова,  
Як їхала, то плакала до самого Львова (с. 240).

Думається, що рельєфно і колоритно доповнили б образ Львова фольклорні записи, зроблені десь на Рогатці, на Збоїщах чи Левандівці. Однак тема львівського міського фольклору, очевидно, свідомо не актуалізована автором збірника, адже у ньому іноді важко виділити етнічний фермент. Хоча матеріали збірника майже не засвідчують народних сантиментів до Львова як свого, українського міста. Думається, ця об'єктивна відчуженість, відсутність поетичності і ноток ностальгійності, свідчать, що в уяві народу Львів був містом, у якому присутній чужинний елемент. «Народне захоплення Львовом як одним з великих міст України свідчить про глибокі патріотичні почуття, породжені постійним тяжінням окілля до рідної галицької столиці», — констатує у передмові В. Сокіл [2:16]. Справді, мотив тяжіння, тобто притягального міфу — образу Львова найбільш сильний і творчо спонукальний у фольклорі. А з виходом у світ цього збірника, він, можливо, стане ближчим і ріднішим.

#### Література

1. Дем'ян Г. Ужинок фольклориста // Василь Сокіл: Бібліографічний покажчик. — Львів, 2005. — 68 с.
2. Сокіл В. Фольклорна біографія Львова // Львів в українському фольклорі. — Львів: Афіша, 2006. — 286 с.

*Василишин Т. М.*

## НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «УКРАЇНСЬКИЙ ШЛЯХ В НАТО І ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СОЮЗ»

На переході тисячоліть людство розпочало кардинальні зміни в системі міжнародних відносин. Глобалізація ринку і глобалізація виробництва з метою створення більш інтегрованої й ефективної світової економіки, новітні євроінтеграційні процеси та зміни в Європі співпали з процесами становлення України як незалежної держави, болісної трансформації її економіки на ринкові засади, політичному — на цивілізовані правові й демократичні принципи управління через механізми влади, суспільства — з необхідністю важкого ламання життєвих стереотипів та потребою громадянського самоусвідомлення. Нову філософську парадигму світопорядку майбутнього людство хоче бачити без двополярного військового, економічного чи релігійно-цивілізаційного протистояння. Успішна діяльність євроатлантичних об'єднань на шляху до міжнародної економічної інтеграції показала правильність такого вектора побудови моделі майбутнього світового співтовариства. Історичним питанням вибору майбутнього для України стали питання її участі в процесах євроатлантичної інтеграції.

19 жовтня 2006 року у Львові в Будинку вчених відбулася Регіональна науково-теоретична конференція «Український шлях в НАТО і Європейський союз». Ініціатором проведення даної конференції виступив Львівський інститут економіки і туризму спільно з Львівською обласною державною адміністрацією, Громадською радою освіти і науки Львівщини («ГРОНУ»), Радою Львівського Будинку вчених.

Потребу в проведенні такої конференції зумовили дискусії про вибір майбутнього для України та її участі в процесах євроатлантичної інтеграції.

На конференції були представники з багатьох регіонів нашої країни — Київ, Тернопіль, Луцьк, Вінниця, Львів та ін. У роботі конференції взяв участь к. і. н., завідувач кафедри Національної академії оборони України Коряк В. І., полковники Національного науково-дослідного центру оборонних технологій і воєнної безпеки України Лимаренко В. В. та Троцько В. В., полковники Західного оперативного командування Міністерства оборони України Скиба П. П., Бурашніков О. О. та Пастушенко С. А., завідувач відділу країн Євросоюзу Інституту європейської інтеграції Львівського національного університету імені Івана Франка Будзінський Т. В., завідувач відділу Польщі Інституту європейської інтеграції Львівського національного університету ім. Івана Франка Козловський І. С., доктор наук з державного управління Львівського державного інституту новітніх технологій та управління імені В'ячеслава Чорновола Сушинський О. І., директор Інституту євроатлантичної інтеграції Гудь Б. В., консул-радник Генерального консульства Російської Федерації Вранчану А. І., юрист-консул Львівської міської Ради Фецяк О. Б. та ін.

Питання інтеграції України в Євроатлантичний союз охоплює політичний, економічний, соціальний, культурний та інші аспекти життя нашого суспільства, тому на конференції доповідали завідувач кафедри правознавства Львівського державного аграрного університету Губені Ю. Е., ректор та проректор Львівської державної фінансової Буряк П. Ю. та Альошина Л. Є., к. соціол. н., начальник відділення виховної та соціальної роботи Львівського державного університету внутрішніх справ Гуменюк Л. Й., доктор права, к. ю. н. Львівського державного університету внутрішніх справ Кіселичник В. П., проректор Тернопільського державного технічного університету імені Івана Пулюя Рибак Т. І.

Освітня ланка євроінтеграції України була представлена різноманітними навчальними закладами: університетами, інститутами, технікумами, училищами, ліцеями і

навіть школами. Не пройшла ця подія повз увагу і засобів масової інформації та видавництва: журнал «Життя і праця» (Лоборчук О. М.), львівське державне радіо (Парійчук І. В., Демчук І.), газета «За вільну Україну» (Саквук В.), видавництво «Центр Європи» (Мельник І. В.).

Проаналізувавши і обговоривши комплекс актуальних питань щодо українських перспектив реалізації державного курсу у різних формах міжнародної співпраці, зокрема, на європейському просторі, учасники Регіональної науково-теоретичної конференції «Український шлях в НАТО та Європейський Союз» прийняли такі рекомендації:

1. У суспільній свідомості народу України усі гілки влади загальнодержавного та регіональних рівнів повинні скоординовано й активно формувати переконання, що європейському майбутньому України немає альтернативи.

2. Аргументами на користь євроатлантичного вибору України повинні бути не партійно-політичні програми і декларації, а реальні досягнення європейської спільноти у виробленні стандартів демократії, гідного рівня життя, верховенства права.

3. Формування у свідомості громадян України розуміння переваг євроатлантичного вибору України повинно супроводжуватися статистичною та інформаційно-аналітичною доказовою аргументацією (забезпечення якісно вищого рівня життя кожного громадянина, демократизація суспільства, відкритість світу, приєднання до західної системи цінностей тощо).

4. Необхідно налагодити дієвий механізм (органи влади + громадсько-політичні структури + освітні та культурно-просвітницькі установи + ЗМІ) формування громадської думки та інформаційного забезпечення євроінтеграційної політики України.

5. Силами політологів та соціологів проводити системні міждисциплінарні дослідження. Результати разом з науковими коментарями видавати і розповсюджувати серед громадськості.

6. У перспективі, на випадок апеляції до громадської думки (референдум) в громадян України необхідно сформувати особистісне розуміння корисних переваг, які мають громадяни держав-членів ЄС (збільшення рівня життя, свобода пересування, соціальний захист, допомога для інтеграції в нові суспільні умови тощо).

7. Особливо слід наголошувати через програми інформаційної політики на перспективах самореалізації молоді в рамках ЄС (правові акти ЄС гарантують право на соціальні послуги у сфері освіти, охорони здоров'я, взаємне визнання дипломів; відсутність дискримінації в оплаті та умовах праці).

8. На різних рівнях силами освітніх установ, громадських організацій проводити серед молоді конкурси, олімпіади, вікторини про НАТО і ЄС.

9. Зважаючи на певний русоцентризм політики ЄС і свідомості деякої частини громадян України необхідно моделювати й пропагувати прогностичні перспективи на принципах взаємовигідного і паралельного прогресу стосунків Україна–ЄС, Україна–Росія, Росія–ЄС.

10. На етапі формування європейських стандартів для вступу до ЄС органам державного управління слід оперативно запроваджувати перехід на структурно-інноваційну модель інвестування економіки, досягнення стандартів і норм регулювання регіонального господарства за зразком країн ЄС.

11. В інформаційному забезпеченні об'єктивного розуміння необхідності прозахідної орієнтації України потрібно ширше використовувати геополітичні, географічні (транзитний потенціал), культурно-історичні та світоглядні аргументи.

12. Назріла необхідність у покращенні координації роботи і фінансування соціальних інституцій, громадських організацій, органів державної влади для створення об'єктивного інформаційного середовища щодо становлення до НАТО і ЄС.

13. За нинішньої ситуації невизначеності пріоритетом діяльності уряду має бути посилення дипломатичної, правової та інформаційної роботи та її широкий суспільний резонанс.

14. Необхідно через ефективні механізми посилити вплив громадянського суспільства України на процеси європейської/євроатлантичної інтеграції України, налагодити координацію дій між організаціями і структурами громадянського суспільства у цій сфері.

15. Ширше використовувати позитивний досвід сусідніх країн — Польщі, Словацької республіки, країн Прибалтики щодо вступу до НАТО та ЄС.

## **ВІСНИК**

Львівського інституту  
економіки і туризму

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Відповідальний редактор: *Ляшкевич П. А.*

Літературний редактор: *Стоколос-Ворончук О. О.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин Т. М.*

Підписано до друку 06.02.07. Формат 70х100/16.

Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман».

Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 21,1.

Наклад 300. Замовлення № 1-02/06.

Львівський інститут економіки і туризму

79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8

Тел.: 8(0322)72-68-80, 8(032)294-95-78,

тел./факс: 8(0322)72-20-94,

e-mail: [lebk@org.lviv.net](mailto:lebk@org.lviv.net)

[nviddil@svitonline.com](mailto:nviddil@svitonline.com)