

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

# ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ  
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

3/2008



Львів  
Апріорі  
2008

Вісник Львівського інституту економіки і туризму: збірник наукових статей.  
— Львів: Львівський інститут економіки і туризму; Апріорі, 2008. — № 3. —  
244 с.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism / Collection of scientific  
works. — Lviv, 2008. — #3. — 244 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. Білонога Ю. Л., д. т. н., в. о. професора;
4. Буряк П. Ю., д. е. н., професор;
5. Дольнікова Л. В., к. п. н., доцент;
6. Доманцевич Н. І., д. т. н., в. о. професора;
7. Кончаківський І. В., к. е. н., доцент;
8. Лацик І. П., к. е. н., доцент;
9. Майовець Є. Й., д. е. н., в. о. професора;
10. Михасюк І. Р., д. е. н., професор;
11. Параняк Р. П., д. с.-г. н., професор;
12. Реверчук С. К., д. е. н., професор;
13. Сокіл В. В., д. і. н., професор;
14. Стоколос-Ворончук, к. філол. н.;
15. Тринько Р. І., д. е. н., професор, академік УААН;
16. Лазарович Н. В., к. ф. н. — відповідальний секретар

Рекомендовано до друку  
вченою радою Львівського інституту  
економіки і туризму (протокол № 2 від 19.03.08)

## ЗМІСТ

### Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

Лащук І. П. <b>Мале підприємство в ринковій економіці України</b> .....	9
Колодій М. В. <b>Проблеми державного регулювання розвитку підприємництва в Україні</b> .....	13
Лукань Л. П. <b>Розвиток підприємництва в Україні: проблеми та перспективи</b> .....	17
Стефанюк Є. М., Боляновська Д. С., Бурак Є. І. <b>Ринок насіння сонішнику в Україні</b> .....	23
Карбовник Л. П. <b>Особливості податкового регулювання природних монополій в Україні</b> ....	27
Романів І. І., Цегелик Г. Г. <b>Інформаційні технології у сфері залучення іноземних інвестицій: зарубіжний досвід</b> .....	33
Гелей Л. О. <b>Методика планування та забезпечення якості операційного аудиту в торговельних підприємствах</b> .....	37
Біль М. М. <b>Особливості державного регулювання розвитку туристичного підприємництва в Україні</b> .....	42
Боляновська Д. С., Стефанюк Є. М., Серета С. А., Бурак Є. І. <b>Стан і проблеми розвитку ринку олій в Україні</b> .....	47
Цегелик Г. Г., Лукань Л. <b>Актуальні проблеми розвитку малого підприємництва в Україні</b> ....	51
Прядко О. Я., Цегелик Г. Г. <b>Динаміка основних показників діяльності банків України</b> .....	55

### Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

Бочан І. О. <b>Сучасні тенденції розвитку туризму в контексті європейських і світових вимог</b> .....	64
Бомба М. Я. <b>Комплексний підхід у дослідженні туристичного потенціалу територіальних одиниць та шляхи активізації туристичного бізнесу в регіоні</b> .....	70
Бойко М. Г. <b>Особливості ціноутворення на ринку туристичних послуг</b> .....	76
Стручок Н. М. <b>Реклама як основна складова ефективної діяльності туристичного підприємства</b> .....	80
Сидоренко І. О. <b>Функція контролю в забезпеченні якості туристичних послуг</b> .....	84
Білоцерківська Т. М. <b>Хостели, як один із чинників розвитку в'їзного та внутрішнього молодіжного туризму</b> .....	89
Батьковець Г. А., Макухіна Н. О. <b>Організаційні аспекти створення брендингу в туристичній індустрії</b> .....	93
Юнко М. М. <b>Міжнародний досвід організації молодіжного туризму</b> .....	96

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

Сусол Н. Я. <b>Сучасні проблеми розвитку та забезпечення якості послуг підприємств ресторанного господарства</b> .....	99
Сокол Т. Г., Турло Н. П. <b>Інвестиційне забезпечення розвитку готельного господарства України</b> .....	104

Столярчук П. Г., Сусол Н. Я. Деякі аспекти вдосконалення нормативних та формулювання додаткових вимог щодо якості послуг ресторанного господарства .....	110
--	-----

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

Коваль Г. В. Богородичні місця та їх роль у краєзнавстві .....	114
Василишин О. М., Василишин Д. В. Призабуті місця: з історії села Вороблячин (Яворівського району Львівської області) .....	118
Луців Н. В. Карпатські ліжники — сучасне пухнасте диво .....	123
Боднарчук М. З. Екзистенційна вимірність свободи людини в науковій спадщині Івана Франка .....	126
Парійчук К. Р. Специфіка викладання культурології в умовах кредитно-модульної системи .....	132
Манько А. М. Туристичне господарство Івано-Франківської області .....	137
Бегей О. І. Візантійська традиція в українській культурі: на матеріалах наукової спадщини І. Огієнка (митрополита Іларіона) .....	141
Стеценко А. В. Сторінками історичного краєзнавства Галичини .....	145
Лучаківська І. Л. Умови та стан використання етнографічного потенціалу Карпатського рекреаційного регіону для розвитку етнокультурного туризму .....	150
Цимбала О. С. Краєзнавчі студії у творчому доробку М. Голубця .....	155
Сокіл В. В. «Лише істинне достойне пам'яті», або етнокультурні виміри голодомору 1932–1933 років .....	159

#### Розділ 5. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

Івашків Л. Я. Нові напрями оздоровчого харчування населення України .....	163
Кульчицька Е. А. Структура рекреаційно-туристичних ресурсів державних лісових господарств Львівської області .....	169
Саницька А. О., Ташак М. С. Енерговитрати та фінансові затрати студентів у туристському поході .....	175

#### Розділ 6. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ

Петик І. М. Розвиток екотуризму в Україні .....	182
Пандяк І. Г., Гусак М. М. Інфраструктура ілового туризму в Україні: актуальні проблеми та перспективи розвитку .....	185
Бомба М. І., Бомба М. Я. Екологічні проблеми використання земель у зв'язку з антропогенною діяльністю .....	190
Липчук В. В., Липчук Н. В. Оцінка придатності сільських територій для розвитку агротуризму .....	195
Караван Ю. В. Акустичне навантаження на середовище та шляхи його зменшення .....	198
Паньків Н. М. Особливості використання природно-географічних ресурсів для розвитку туристичної індустрії гірських районів Львівської області .....	206

<i>Петлін І. В.</i> Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в західному регіоні України .....	210
--	-----

#### Розділ 7. АУДИТОРІЯ

<i>Божук Т. І.</i> Класифікація ресурсів у навчальних курсах (на прикладі регіонального ландшафтного парку «Знесіння») .....	214
<i>Фастовець О. О.</i> Розвиток екологічної компетентності майбутніх менеджерів туризму у вищих навчальних закладах .....	218
<i>Гуляк О. Б.</i> До питання про формування моральної свідомості студентів .....	225
<i>Костишин Л. Р.</i> Елементи диференціації та індивідуалізації процесу навчання при роботі з перекладом фахових текстів .....	228
<i>Клубчук С. К.</i> Форми активізації самостійної роботи студентів під час вивчення економічних дисциплін .....	232

#### Розділ 8. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

<i>Шкляєва Н. В., Стоколос-Ворончук О. О.</i> Відображення мотивів російсько-шведської війни 1721 року у зразках народної топонімічної прози Західного Полісся .....	236
<i>Стоколос-Ворончук О. О., Цимбала О. С.</i> Історія одного Музею (Про Музей історії туризму ЛНЕТ) .....	240

## CONTENTS

### *Section 1. ECONOMY AND ENTERPRISE IN UKRAINE*

<i>Lashchuk I. P. A small enterprise in the market economy of Ukraine .....</i>	<i>9</i>
<i>Kolodiy M. V. The problems of state control in the development of free enterprise in Ukraine ....</i>	<i>13</i>
<i>Lukan L. P. The development of free enterprise in Ukraine: The problems and perspectives .....</i>	<i>17</i>
<i>Stefanyk E. M., Bolyanovska D. S., Burack Y. E. The market of sunflower seeds in Ukraine .....</i>	<i>23</i>
<i>Karbovnyk L. P. The peculiarities of the tax regulation of the natural monopolies in Ukraine .....</i>	<i>27</i>
<i>Romaniv E. E., Tsehelyk G. G. The information technology in the sphere of engagement of foreign investments. Foreign experience .....</i>	<i>33</i>
<i>Heley L. O. The methodology of planning and ensuring the quality of operational audit in commercial enterprises .....</i>	<i>37</i>
<i>Bil' M. M. The peculiarities of the state regulations of tourist enterprise development in Ukraine .....</i>	<i>42</i>
<i>Bolyanovska D. S., Stefanyk E. M., Sereda S. A., Burack Y. E. The condition and problems of the of the oil market development in Ukraine .....</i>	<i>47</i>
<i>Tsehelyk G. G., Lukan' L. P. Topical problems of small enterprise development in Ukraine .....</i>	<i>51</i>
<i>Pryadko O. Y., Tsehelyk G. G. Dynamics of the main indicators of banks activity of Ukraine .....</i>	<i>55</i>

### *Section 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES*

<i>Bochan I. O. The modern tendencies of tourism development in the context of European and world requirements .....</i>	<i>64</i>
<i>Bomba M. Y. The complex approach in the research of tourist potential of territorial units and the ways of activating the tourist business in a region .....</i>	<i>70</i>
<i>Boyko M. G. The peculiarities of pricing policy at the market of tourist services .....</i>	<i>76</i>
<i>Struchoc N. M. Advertising as a basic constituent of effective tourist enterprise activity .....</i>	<i>80</i>
<i>Sidorenko I. O. The control function in providing the quality of tourist services .....</i>	<i>84</i>
<i>Bilotserkivska T. M. Hostels as factor of inbound and domestic tourism development .....</i>	<i>89</i>
<i>Batkovets G. A., Makuchina N. O. Organizational aspects of brand creation in tourist industry .....</i>	<i>93</i>
<i>Yunko M. M. International experience of youth tourism organization .....</i>	<i>96</i>

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

<i>Susol N. Ya. The current problems in the development and providing the quality of services in restaurant business enterprises .....</i>	<i>99</i>
<i>Sokol T. H., Turlo N. P. The investment security of hotel industry development in Ukraine .....</i>	<i>104</i>

<i>Stolyarchuk P. G., Susol N. Ya.</i> Some aspects of improvement of normative requirements and formulation of additional requirements in relation to quality of services provided in restaurant business .....	110
--	-----

#### Section 4. COUNTRY STUDY, CULTURE AND TOURISM

<i>Koval'G. V.</i> The Virgin Mary places (places connected with the Virgin Mary) and their role in country study .....	114
<i>Vasylyshyn O. M., Vasylyshyn D. V.</i> Partially forgotten places: from the history of Voroblyachyn village (Yavoriv region, Lviv district) .....	118
<i>Lutciiv N. V.</i> Carpathian bedspreads — a modern fluffy miracle .....	123
<i>Bodnarchuk M. Z.</i> Existential dimension of man freedom in I. Franko's scientific heritage .....	126
<i>Pariychuk K. R.</i> The specific features of teaching culture study under the credit-module system conditions .....	132
<i>Man'ko A. M.</i> Tourism industry in the Ivano-Frankivsk region .....	137
<i>Behey O. I.</i> The Byzantine tradition in the Ukrainian culture: according to I. Ohienko's scientific heritage (Archibishop Ilarion) .....	141
<i>Stetsenko A. B.</i> Skipping the pages of historical study of Halychyna region .....	145
<i>Luchakivs'ka I. L.</i> The conditions and the state of using ethnographic potential of Carpathian recreational region for the development of ethno-cultural tourism .....	150
<i>Tymbala O. S.</i> Country studies in the creative heritage of M. Holubets' .....	155
<i>Sokil V. V.</i> «Only true worth of remembering», or ethnocultural measure of Holocaust in 1932–1933 .....	159

#### Section 5. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION

<i>Ivashkiv L. Ya.</i> New directions of health nutrition of the population of Ukraine .....	163
<i>Kul'chytska E. A.</i> The structure of recreational-tourist resources of state forestry in Lviv area .....	169
<i>Sanyts'ka A. O., Tashak M. S.</i> Students' energy and financial expenses during tourist hiking .....	175

#### Section 6. TOURISM INDUSTRY INFRASTRUCTURE AND ECOLOGY ISSUES

<i>Petyk I. M.</i> The development of ecotourism in Ukraine .....	182
<i>Pandyak I. H., Husak M. M.</i> The infrastructure of business tourism in Ukraine. Topical problems and the development perspectives .....	185
<i>Bomba M. I., Bomba M. Y.</i> Ecological problems of land usage in connection with anthropogenetic activity .....	190
<i>Lypchuk V. V., Lypchuk N. V.</i> The evaluation of rural areas appropriateness for agrotourism development .....	195
<i>Karavan Y. V.</i> Acoustic loading on environment and the ways of its decrease .....	198

---

<i>Pankiv N. M.</i> The peculiarities of natural-geographical resources for tourist industry development in mountainous districts of Lviv region .....	206
<i>Petlin I. V.</i> The perspectives of rural green tourism development in western region of Ukraine .....	210

#### Section 7. AUDITORIUM

<i>Bozhuk T. I.</i> Ethnographical resources in educational courses (by the example of regional Znesynnya landscape park) .....	214
<i>Fastovets O. O.</i> The development of ecological competence of future managers of tourist industry in higher educational institutions .....	218
<i>Hulyak O. B.</i> On the problem of the formation students' moral consciousness .....	225
<i>Kostyshyn L. R.</i> The elements of differentiation and individualization of educational process while translating professional texts .....	228
<i>Khubchuk S. K.</i> The forms of activating students' individual work in studying economic disciplines .....	232

#### Section 8. EVENTS. INFORMATION. REVIEWS

<i>Shklyayeva N. V., Stokolos-Voronchuk O. O.</i> Reflection of the russian-swedish war motives in 1721 in the samples of the folk toponymic prose of Western Polyssya .....	236
<i>Stokolos-Voronchuk O. O., Tsymbala O. S.</i> The History of one Museum (about Museum of Tourism History in LIET) .....	240

---



## ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

УДК 334.012.64

Лащук І. П.

### МАЛЕ ПІДПРИЄМСТВО В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

*У статті з'ясовується роль малого бізнесу в ринковій економіці, шляхи розвитку малого підприємництва в несприятливому макро- та мікросередовищі України. Акцентується увага на проблемах, що гальмують його розвиток, необхідності розробки державної програми комплексного розвитку та реструктуризації економіки України.*

Малий бізнес завжди перебуває в епіцентрі економічних, соціальних, науково-технічних і політичних змін. Однак саме в ринковій системі постіндустріальний малий бізнес виявив свої могутні внутрішні сили.

У 2000 році на Лісабонській сесії Ради Європи за постулат було прийнято мету — перетворення економіки країн Євросоюзу до 2010 р. в конкурентну, динамічну, засновану на сучасних знаннях, систему. Зазначалося, що досягнення цієї мети залежить від того, наскільки об'єднана Європа зуміє вирішити проблеми малого бізнесу і підприємництва [2, 10]. Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішим компонентом ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Серед них малий бізнес займає позиції найбільш динамічного елементу структури народного господарства.

Сучасний етап економічного розвитку України ставить першочерговим завданням проблему пошуку таких форм господарювання, які б враховували інтереси як виробників, так і споживачів продукції.

Однією з таких форм є мале підприємництво. Чим швидше в нашій державі буде створено значний прошарок малих підприємств, тим швидше відбуватиметься формування ринкової економіки. А це вимагає ознайомлення з досвідом такої роботи в інших країнах. У провідних країнах світу малі і середні підприємства становлять 95 % загальної кількості господарюючих суб'єктів і забезпечують при цьому значну частину зайнятості.

У США з приблизно 23,2 млн. підприємств до категорії дрібних належать понад 15 млн. Малий бізнес у сучасній ринковій економіці покликаний відігравати значну соціальну роль. Зважаючи на те, що в Україні зростає безробіття, доречно нагадати, що малий бізнес у багатьох країнах став важливим чинником, який протидіє цьому явищу. До 80 % нових робочих місць припадає на цей різновид бізнесу.

Значна є роль дрібного підприємництва у формуванні валового національного продукту. У США малі та середні підприємства забезпечують три чверті, а в Японії 70 % виробництва валового національного продукту, в той час як внесок малого бізнесу України у створення ВВП становить 10–15 % [5, 61].

Зростання чисельності малих підприємств зумовлює збільшення кількості власників, що особливо важливо для України у створенні конкурентного середовища. Малі підприємства більшою мірою, ніж великі, здатні забезпечити випуск різних видів виробів малими серіями, заповнюючи існуючі на ринку прогалини потрібною продукцією,

та задовольнити попит покупців. Крім того, невеликі підприємства спроможні швидше опанувати асортимент продукції, освоювати виробництво модернізованих товарів, які б задовольняли мінливий попит населення. За обсягом діяльності (виробництво товарів і послуг) малий бізнес України настільки незначний, що не може ні задовольнити суспільні потреби, ні виконувати функцію повноцінного ринкового чинника. За кількістю малих підприємств, що припадають на 10 тис. чол. населення Україна у кілька разів відстає від країн Балтії та Росії, у десять разів — від Румунії та Словенії, у 50 разів — від Польщі, Угорщини, Чехії [6, 64].

Аналіз результатів діяльності малого бізнесу в Україні свідчить, що обсяги продукції малих підприємств невеликі. Тому вони ще не відіграють помітної ролі у формуванні виробництва товарної маси, а тим більше — експортного потенціалу країни. Значна частина малих підприємств у нашій державі зареєстрована як виробничі, але насправді вони не займаються безпосередньо виробництвом товарів. Серед видів діяльності малих підприємств досі переважають такі, що займаються торгівлею, посередницькими послугами фінансових і страхових компаній, у тому числі бірж та брокерів. Так, у Дніпропетровській області у 2003 р. було створено 1739 малих підприємств. Із них 50 % функціонують в оптовій і роздрібній торгівлі, тоді як у промисловості 11,2 %, будівництві — 9,8 % [3, 7]. Ці дані показують, що новостворені малі підприємства не вплинули на зміну структури суспільного виробництва. Наприклад, не збільшилися обсяги продукції тваринництва, не зросли показники вирощування овочів і фруктів, продукції обробної промисловості.

Ще одна важлива задача, яку успішно розв'язує малий бізнес у країнах з ринковою економікою, — це розширення сфери послуг. У більшості країн у цій сфері зосереджено від 60 до 80 % зайнятих. Україна починає творити малу економіку в умовах нерозвинутої сфери послуг, і, очевидно, саме цей напрям повинен стати пріоритетним, адже у всьому світі сфера послуг базується на малому бізнесі. В останні роки в промислово розвинутих країнах активно розвиваються такі види діяльності, як фінансові, консультаційні, ділові послуги.

Малі фірми довели свою перевагу у розробці нових технологій. Вузька спеціалізація наукових розробок сприяє масовому залученню невеликих компаній в інноваційний процес. Прагнучи вижити в конкурентній боротьбі, малі фірми частіше, ніж великі, схильні йти на ризик і здійснювати нові технологічні проекти. Гнучка реакція на зміни ринкової кон'юнктури дозволяє малим підприємствам пристосовуватись, адаптувати своє виробництво до нових науково-технічних вимог і мінливого попиту на споживчому ринку. Малі фірми випереджають великі у швидкості впровадження інновацій та ефективності їх використання. Малі підприємства стають полігоном розробки і випробування нових технологій.

Малі підприємства є мобільнішими в управлінні, переорієнтації на випуск нових взірців продукції тощо. Тому великі компанії часто перекладають на них роль експериментаторів нової техніки, випробувачів нововведень тощо. Такі підприємства вигідні великим компаніям, банкам, страховим агенціям, оскільки таким чином вони використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їх енергію і творчу ініціативу. Кожна п'ята новинка науки і техніки, що успішно впроваджена великими компаніями розвинутих країн світу, припадає на дрібний бізнес. Успіхи та поширення в більшості країн малого бізнесу можуть бути використані для створення ринкових структур в усіх галузях економіки України. Саме малий бізнес є тією організаційною формою реалізації нововведень і технологічного прогресу, яка дозволяє підтримувати необхідний рівень конкуренції і надає імпульс змінам у ринковій структурі економіки.

Для використання всіх наявних можливостей малого бізнесу в Україні потрібна продумана послідовна державна економічна політика.

В економічній літературі названо багато причин, що перешкоджають розвитку малого бізнесу в Україні. Серед них недосконалість правової бази підприємницької діяльності, нестабільність і неоднозначність багатьох нормативних та інструктивних документів щодо приватного підприємництва, існуючі адміністративні перешкоди, обмежений доступ до матеріально-технічних ресурсів, відсутність державної фінансової підтримки, важкий податковий тиск, незахищеність перед криміногенними структурами, свавілля органів державної влади, неузгодженість законодавчих актів і, нарешті, недостатня кваліфікація кадрів. Усе це робить розвиток малого бізнесу в Україні вкрай обмеженим.

Із перелічених проблем, які найбільше гальмують розвиток малого бізнесу, треба насамперед виділити дефіцит фінансів. Більшість бізнесменів не має власних капіталів, банківський кредит надається на 2–3 місяці і з високою відсотковою ставкою. Щодо одержання кредитів у комерційних банках, то їхніми клієнтами можуть бути тільки торговельні й посередницькі організації, але не виробничі, бо в них немає ні великого статутного капіталу, ні високовартісних основних фондів та майна, ані солідного особистого майна, які можуть слугувати заставою під кредит. Далі слід назвати такі проблеми, як доступ до приміщень та устаткування, дефіцит інформації і брак кваліфікованого персоналу. Цей набір проблем є типовим для всієї України.

Існує проблема також з реалізацією продукції і з доступом до сировини та матеріалів. Це зумовлено тим, що в Україні ще не створено механізму вільної ринкової реалізації сировини і по-старому здійснюється розподіл її між державними підприємствами. Великі біржі з дрібним бізнесом не працюють. Частково це пояснюється тим, що розрахунки між недержавними підприємствами здійснюються переважно у вигляді готівки. Проблема реалізації має два аспекти — внутрішній і зовнішній. Реалізувати продукцію на внутрішньому ринку України важко не тому, що вона не потрібна: попит є, але у споживачів немає грошей для розрахунків. У взаємовідносинах між підприємствами, які постачають одне одному продукцію, триває «криза взаємних платежів».

Важливе значення має й проблема недостатньої підготовленості до бізнесу, адже сфера підготовки до підприємництва перебуває в Україні у зародковому стані. Гальмівним чинником розвитку малого бізнесу є байдуже ставлення місцевої влади до приватного підприємництва. Через відсутність коштів і обладнання допомога органів місцевої влади зводиться фактично лише до підготовки довідок і допомоги у процедурі реєстрації.

Не вирішеною проблемою є система навчання бізнесу. Окремої спеціалізації з малого бізнесу немає у державних навчальних закладах.

Аналітична оцінка стану розвитку малого бізнесу вимагає створення спеціальної державної системи підтримки малого підприємництва, розробки надійних нормативно-правових регуляторів зовнішньоекономічної діяльності та соціального підприємництва, забезпечення правових гарантій свободи підприємницької діяльності.

Уряду України слід створити механізм кредитних гарантій бізнесу та державного страхування. Необхідно визначити найперспективніші напрями діяльності малого бізнесу, насамперед у сфері виробництва споживчих товарів, експорту продукції, та забезпечити для нього систему державної підтримки й кредитно-фінансових гарантій.

Усе це сприятиме активізації розвитку малого підприємництва як важливої галузі діяльності. Розвиток малого підприємництва — важлива економіко-політична проблема, розв'язання якої потребує цілісної системної методології як з точки зору бюджету і податків, так і ставлення держави до малого бізнесу.

**Література**

1. Варналій З. С. *Мале підприємництво України*. — К.: Ін-т приватного права і підприємництва АПРН України, 1997. — 137 с.
2. Стан та тенденції розвитку підприємств малого бізнесу Дніпропетровської області у 2003 році. *Економічна доповідь* / Держкомстат України. Головне управління статистики у Дніпропетровській області, 2004. — 52 с.
3. Долішній А., Куценко В. Підприємництво в соціальній сфері як передумова формування експортно орієнтованої економічної політики // *Економіка України*. — 1998. — № 8. — С. 10.
4. Исследование условий формирования и развития малого бизнеса в Украине // *Под руководством Клочко Ю. А.* — К.: Центр «Венгур», 1995. — 186 с.
5. Клочко Ю., Черняк Т. Проблеми малого бізнесу в Україні // *Економіка України*. — 1998. — № 1. — С. 79.
6. Козаченко А. В., Воронкова А. Е., Медяник В. Ю., Назаров В. В. *Малый бизнес: устойчивость и компенсаторные возможности*. — К.: Лібра, 2003. — 203 с.

УДК 354.83:330.101.8

Кол одій М. В.

## ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Розглядаються проблеми та особливості державного регулювання розвитку підприємництва в Україні. Запропоновано основні напрями вдосконалення системи державної політики щодо розвитку підприємництва.*

Формування ринкової системи господарювання в Україні пов'язане зі зростанням підприємницької активності в усіх сферах економіки. Підприємництво, без сумніву, має вирішальне значення у реалізації завдань перехідного періоду. При цьому успішна трансформація адміністративно-командної економіки в соціально спрямовану ринкову неможлива без діяльності підприємств, які зумовлюють відповідні зміни як на мікро, так і на макроекономічному рівні. Підприємництво — це провідний сектор ринкової економіки, який забезпечує насиченість ринку товарами та послугами, сприяє здоровій конкуренції.

Закон України «Про підприємництво» визначає підприємництво як самостійну ініціативну, систематичну, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг торгівлі з метою одержання прибутку [1].

Для успішного розвитку підприємництва мають бути забезпечені такі основні умови:

- стабільна національна грошово-кредитна система;
- пільгова система оподаткування;
- правовий захист підприємництва;
- активніюча система інфраструктурної підтримки підприємницької діяльності;
- державна фінансова підтримка підприємництва;
- спрощена процедура регулювання підприємницької діяльності з боку державних органів;
- формування в суспільстві привабливого іміджу підприємництва [3].

Державне регулювання підприємництва є напрямом державної політики, спрямованим на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та способом, що встановлюються Конституцією та законами України.

Вагомий внесок у дослідження державного регулювання підприємництва зробили О. Барановський, З. Варналій, А. Кисельов, Ю. Клочко, Т. Ковальчук, В. Кредісов, М. Крупка, О. Кужель, С. Мочерний, Є. Панченко, С. Реверчук, В. Савчук, В. Сизоненко, Ю. Тихомиров.

На думку В. В. Лаптева, державне регулювання повинно бути спрямоване на впорядкування діяльності суб'єктів підприємництва, припинення процесів зловживання правами, волями, а також забезпечення стану дотримання публічного порядку [4]. А Ю. А. Тихомиров стверджує, що ідея державного управління сприймається критично як зниження ролі держави в умовах формування ринкової економіки [5].

Основними складовими державної політики щодо підприємництва є:

- державна система підтримки підприємництва;
- державне регулювання процесів, які відбуваються в підприємницькому середовищі.

На сьогодні стабільному розвитку підприємництва перешкоджає низка:

- адміністративні перешкоди, що ускладнюють вихід підприємництва України на міжнародні ринки;
- відсутність належної правової політики захисту прав власників, що своєю чергою значною мірою підвищує ризик вкладання інвестицій у вітчизняну економіку;
- незбалансований розподіл доходів через податкову систему, що призводить до зниження рентабельності ведення бізнесу в Україні;
- відсутність вільного доступу до ресурсів, що призводить до зниження продуктивності та конкурентоспроможності підприємницької діяльності.

Вирішення існуючих проблем розвитку підприємництва в Україні, створення відповідного середовища вимагають докорінної переорієнтації державної політики розвитку підприємництва. Виконання цього завдання неможливе без усунення основних недоліків, які притаманні законодавчій практиці:

- відсутність єдиної законодавчої стратегії щодо розвитку підприємництва. Вона важлива, перш за все, у забезпеченні повноти законодавства щодо господарських відносин;
- неоднозначність, нестабільність і суперечливість чинної нормативно-правової бази розвитку підприємництва. Зростаючий потік нормативних актів різного рівня, особливо відомчих, нерідко викривлює основне законодавство;
- практично не функціонуючий характер багатьох правових актів, дуже низька виконавча дисципліна щодо нормативно-правових документів. Багато з положень Конституції України не можуть бути реалізовані і залишаються лише декларацією, поки не введені в дію закони, які визначають конкретний механізм, порядок і процедури їх здійснення;
- наявність у законодавстві багатьох нечітких норм, які можна трактувати по-різному.
- необґрунтованість законодавчих обмежень та вимог, які містяться в окремих нормативно-правових актах.

Реалізація принципів державної регуляторної політики потребує розробки системи державного регулювання розвитку підприємництва. В основі цієї системи має бути науково обґрунтована концепція державного регулювання з використанням ринкових методів (рис. 1.).

Основними напрямками, за якими повинно здійснюватись формування комплексної системи нормативно-правового забезпечення розвитку підприємництва, є наступні:

- формування антимонопольної політики, що сприяє розвитку конкуренції та вільного підприємництва;
- створення необхідних умов для поліпшення експортної діяльності підприємств;
- впровадження стимуляційної системи оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності;
- розробка та впровадження системи державної підтримки інноваційного підприємництва;
- створення умов для розвитку ринкової інфраструктури.

В основу антимонопольної політики покладається Державна програма демонополізації економіки та розвитку конкуренції. Метою цієї програми є формування та розвиток конкурентного середовища, яке б забезпечувало ефективне використання суспільних ресурсів, вільний доступ на ринок для підприємств, свободу споживачів у виборі товарів.

Суб'єктами антимонопольної політики в Україні є державні органи, які забезпечують процес демонополізації економіки та розвитку конкуренції, а саме: Верховна

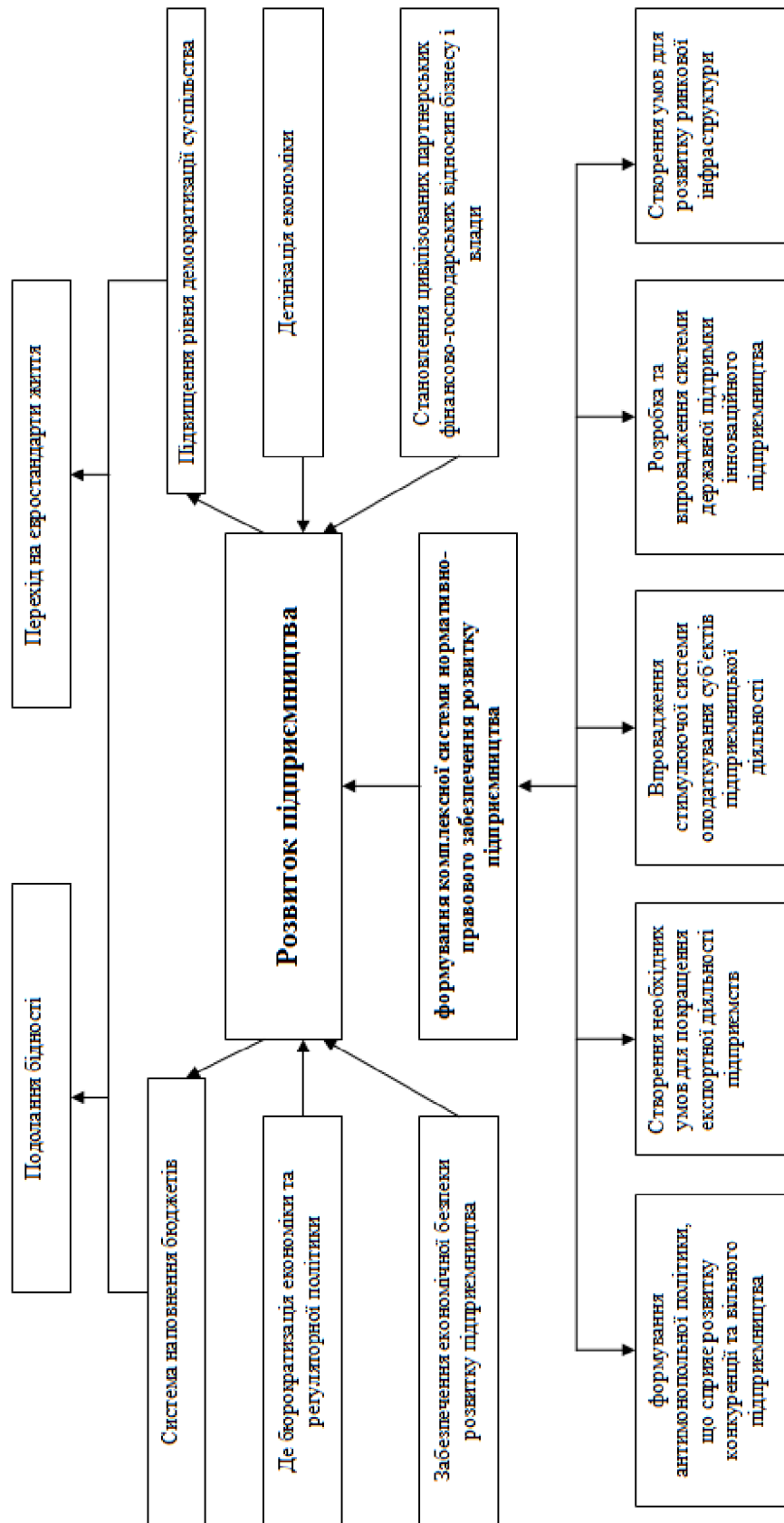


Рис. 1. Концептуальна схема впливу державної політики на розвиток підприємництва

Рада, Президент України, Кабінет Міністрів, Антимонопольний комітет, Фонд державного майна України; центральні та місцеві органи державної виконавчої влади, а також керівництво й трудові колективи підприємств і покупці. Для реалізації конкурентної політики, контролю за використанням антимонопольного законодавства утворено Антимонопольний комітет України та його територіальні управління в АР Крим, областях, містах Києві та Севастополі. До засобів антимонопольного регулювання належать: обмеження на встановлення вищого рівня цін і тарифів, запровадження граничних нормативів рентабельності; декларування зміни цін; установлення стандартів і показників якості для товарів і послуг; квотування обсягів виробництва товарів (послуг); використання державних замовлень; розподіл ринків; тарифне регулювання імпорту та експорту товарів тощо. Організація ефективної підтримки підприємництва обов'язково вимагає формування розвинутої інфраструктури, що є невід'ємним компонентом ринкової економіки і створює сприятливі умови для розвитку бізнесу. До складу інфраструктури ринку входять: фінансово-кредитна інфраструктура, організаційно-технічна інфраструктура, інформаційно-аналітична інфраструктура.

Забезпечення економічної безпеки розвитку підприємництва повинно охоплювати такі складові: власна безпека бізнесу; безпека партнерів з бізнесу; економічна безпека держави як суб'єкта господарювання.

Головними напрямками дій державних органів щодо детінізації підприємництва в Україні мають бути: удосконалення системи державної підтримки шляхом посилення стимулів до ділової активності і підвищення рівня вигод від ведення легальної підприємницької діяльності; удосконалення системи державного регулювання за рахунок спрощення та зниження реального рівня витратності комплексу адміністративно-економічних процедур, пов'язаних зі створенням та веденням власної справи; впровадження низки соціально-психологічних заходів, спрямованих на формування оптимального психологічного клімату для підвищення ділової активності населення, проходження процесів детінізації підприємництва, ходу регуляторних змін та протидії проявам ненормативного регулювання підприємницької діяльності з боку суб'єктів «державної тіні».

Становлення цивілізованих партнерських фінансово-господарських відносин бізнесу і влади можливе лише за таких умов:

- спільна участь влади і бізнесу у прийнятті державних рішень та взаємна відповідальність за результати їх реалізації;
- ефективний вплив держави на соціально-економічні процеси;
- недопущення втручання держави в господарську діяльність;
- ринкові методи управління з посиленням державного регулювання у тих сферах, які цього потребують.

Отже, для становлення й розвитку підприємництва необхідна належна державна підтримка — створення правових, економічних, організаційних, політичних, соціальних умов. Розвиток цивілізованого підприємництва допоможе країні вийти з глибокої економічної кризи, стати на шлях стійкого господарського прогресу та увійти до світової економічної системи як рівноправному суб'єкту міжнародно-правових відносин.

#### Література:

1. Про підприємництво: Закон України // Нове законодавство України. — Вип. 2. К., 1992.
2. Про державну підтримку малого підприємництва: Закон України від 19.10.2000 р. № 2063-III // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 51–52
3. Чистов С. М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 316 с.
4. Лаптев В. В. Введення в підприємницьке право. — М., 1994. — 31 с.
5. Тихомиров Ю. А. Публічне право. — М., 1995.



## РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

*Проаналізовано стан сектора малого бізнесу на основі даних Державного комітету статистики, а також перспективи дрібних форм господарювання. Встановлено чинники, які заважають нормальному розвитку й функціонуванню малого бізнесу, розроблено рекомендації щодо покращання наявної в країні ситуації.*

На сучасному етапі розвитку в економіці України особливе місце посідає сектор малого підприємництва. Сьогодні саме з малим підприємництвом пов'язують надію на швидкі позитивні структурні зміни в економіці, вихід з економічної кризи та створення умов для розширення впровадження ринкових реформ. Цей сектор є каталізатором, який може надати економіці необхідної гнучкості і слугує рушійною силою розвитку як окремих регіонів, так і держави в цілому. Малий бізнес може посприяти позитивному вирішенню багатьох нагальних соціальних, економічних та політичних проблем.

Питання, пов'язані з діяльністю, розвитком, проблемами та перспективами малого підприємництва, є важливими та надзвичайно актуальними для України у поточний період. Це зумовлено, по-перше, тими особливими функціями, які дрібні форми господарювання виконують в умовах трансформації економіки, і, по-друге, важкими і дуже не передбачуваними умовами, в яких доводиться існувати дрібним фірмам, долаючи численні проблеми та перешкоди.

Мале підприємництво — це самостійна, систематична ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, інноваційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу.

Малий бізнес у ринковій економіці виступає провідним сектором, який визначає темпи економічного і соціального розвитку країни, структуру і якість валового національного продукту, рівень демократизації суспільства. Його розвиток є найефективнішим засобом пом'якшення соціальної напруженості та ослаблення майнової нерівності в суспільстві. Малому підприємництву необхідно відвести одне з провідних місць у проблемі досягнення стабільності фінансової системи.

Ефективність роботи підприємств малого бізнесу забезпечується їх оперативним реагуванням на потреби ринку, а також можливістю швидко забезпечити ринок потрібною продукцією. Малі підприємства в короткий термін дозволяють мобілізувати досить значні фінансові, трудові та матеріальні ресурси.

Мале підприємництво — досить проста і найменш дорога форма підприємницької діяльності. Більшість підприємців розпочинають свій бізнес саме з малого підприємництва завдяки наступним його перевагам:

- легкий шлях розпочинання справи;
- найменші обмеження з боку держави;
- найбільша свобода дій;
- можливість використання додаткових пільг;
- найбільш раціональна форма самореалізації тощо.

Формування цього сектора відбувається у важких умовах трансформаційного періоду з усіма наслідками, які випливають звідси. Вітчизняні малі підприємства змушені працювати в реаліях сьогодення — невизначеній і важкопрогнозованій

економічній та політичній ситуації. Становлення малого підприємництва в Україні проходить у динамічних умовах, які часто змінюються.

Аналіз стану малого підприємництва показує, що сектор малого бізнесу перебуває на початковому етапі свого розвитку і характеризується високим ступенем неефективності та невизначеності. Проте варто зазначити, що за роки незалежності України цей сектор таки встановився й частково утвердився в структурі вітчизняної економіки. Кількість малих бізнесових структур в Україні протягом 1991–2005 рр. щороку зростала, зростали й чисельність зайнятих у них працівників та частка малого бізнесу в економічному потенціалі країни. Отже, сектор малого підприємництва впевнено, хоч і поволі, завойовує позиції.

Станом на 2005 рік в Україні функціонувало близько 30000 малих підприємств. Така кількість, однозначно, є занадто малою для забезпечення цим сектором вирішення тих соціальних та економічних функцій, які покладає на нього суспільство. Динаміка кількості малих підприємств відображена на рис. 1. Найшвидшими темпами мале підприємництво розвивалося протягом 1996–1999 рр. Останніми роками спостерігається певна стагнація в цьому процесі, і приріст кількості малих бізнесових структур щороку знижується.

Діяльність малих підприємств спрямована перш за все на забезпечення потреб

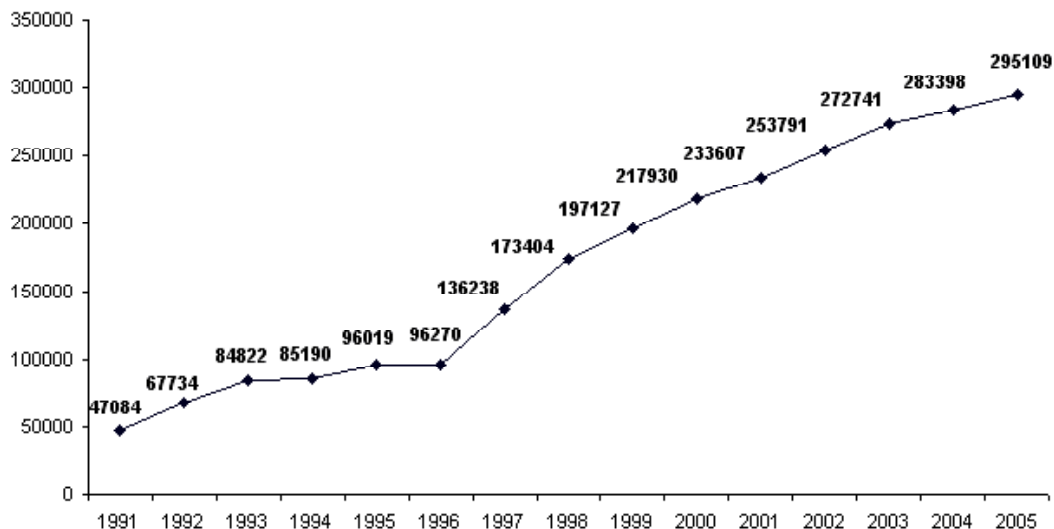


Рис. 1. Динаміка кількості малих підприємств України у 1991–2005 рр. [3].

місцевості, в якій вони розташовані, їхній бізнес має переважно локальний характер, мале підприємництво є запорукою економічного розвитку регіонів: підприємці здійснюють виробництво товарів згідно з місцевим попитом, доводять пропозицію до споживачів з найвіддаленіших куточків регіонів, здійснюють їх локальний розподіл, забезпечують місцеве населення робочими місцями, спонсорують місцеві заходи та беруть у них активну участь.

Регіони України значно диференційовані за факторними умовами, рівнем економічного розвитку, демографічними характеристиками, економічною ситуацією тощо. Нерівномірний розвиток малого підприємництва в регіонах зумовлений значними відмінностями в рівнях їх соціально-економічного розвитку, а також поглибленням міжрегіональних диспропорцій і зосередженням економічної активності і фінансових результатів у більш розвинутих регіонах. За останні десять років відбулося посилення диференціації соціального та економічного розвитку територій України.

У 2005 р. найбільше малих бізнесових структур було в місті Києві та східних і південних областях України (рис. 2). У західному регіоні незаперечне лідерство належить Львівській області.

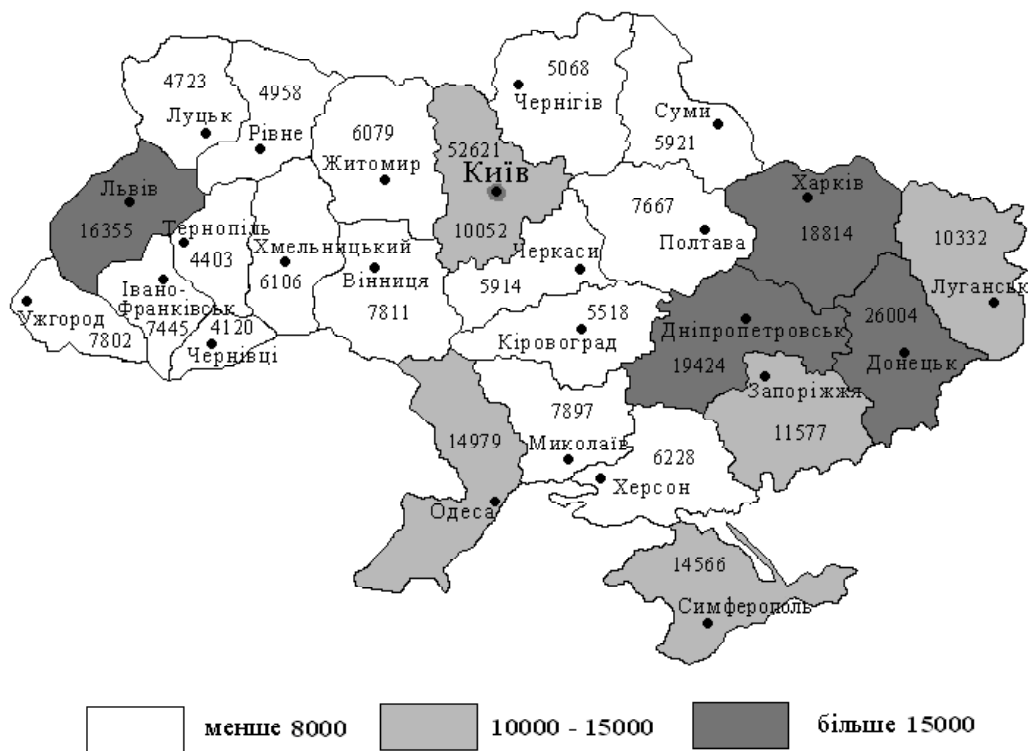


Рис 2. Розподіл малих підприємств України за регіонами у 2005 р. [3]

На 10 тис. осіб населення в області припадало у 2005 році 63 малих підприємства. Найвищим цей показник є у містах Києві (196) та Севастополі (72), АР Крим (73), Харківській області (66), найнижчим — у Тернопільській області (39), що свідчить про значні диспропорції в умовах розвитку малого бізнесу в регіонах України.

Загалом, розвиток малого підприємництва на регіональному рівні залежить від багатьох чинників, серед яких найважливіші такі:

- специфічні географічні параметри регіону;
- економічний потенціал;
- наявність ресурсів;
- галузева структура господарства регіону (співвідношення виробничої / невиробничої сфери промислового/сільськогосподарського виробництва в регіоні);
- підготовка кадрів;
- регіональна інфраструктура (інформаційне обслуговування, засоби зв'язку і транспорту, технічні, консультаційні, комунальні послуги);
- диференціація рівнів соціально-економічного розвитку регіонів, ступінь їх реформаційно-ринкового розвитку;
- традиції та менталітет населення певного регіону;
- діяльність регіональної влади, ставлення місцевих органів влади і населення до підприємництва.

Розвиток малого підприємництва в Україні на сучасному етапі відбувається нерівномірно та хаотично. Несприятливе макро- та мікроекономічне середовище

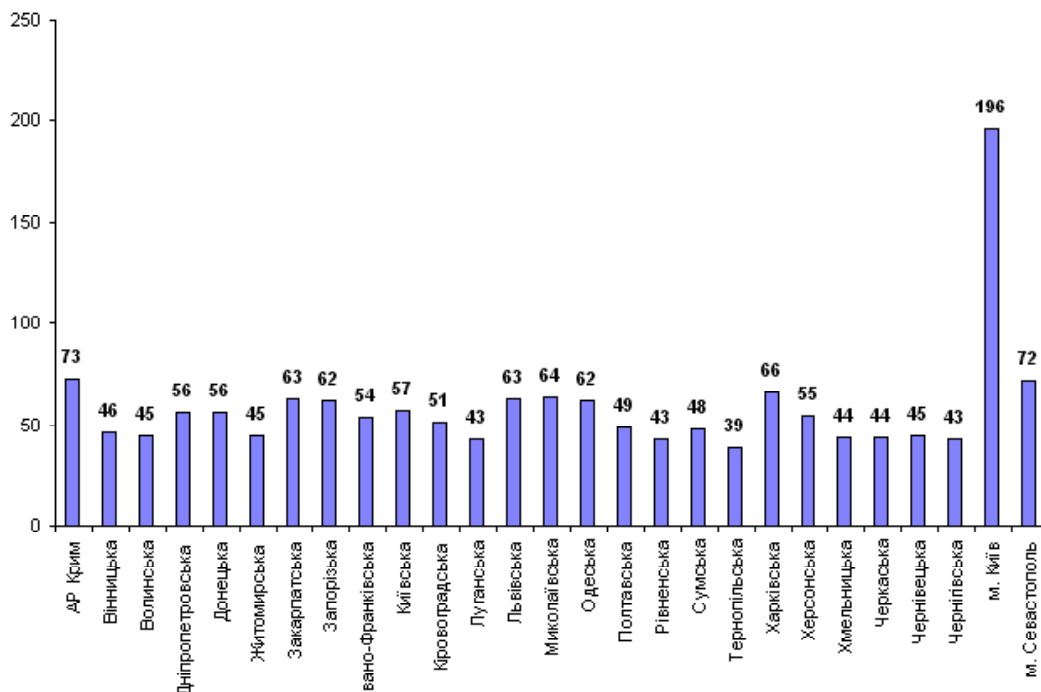


Рис. 3. Кількість малих підприємств на 10000 осіб населення у 2005 р. [3]

породжує численні перешкоди, на які наштовхуються малі підприємства у процесі їхнього функціонування. Серед них можна виділити:

- загальна криза економіки. На тенденції розвитку малого підприємництва безпосередньо впливає негативна динаміка основних макроекономічних показників і нестабільна політична ситуація в країні;

- відсутність достатнього стартового капіталу, власних фінансових ресурсів, сировини, матеріалів, приміщень та обладнання. Фірми змушені в основному покладатися на власні кошти та капітал приватних осіб;

- нерозвиненість ринку нерухомості. Малим підприємствам катастрофічно не вистарчає офісних приміщень. Орендна плата є дуже високою, правила оренди заплутані;

- складність реєстрації. Реєстрація залишається дорогою, складною та тривалою процедурою. Велика кількість актів для проведення реєстрації створює ідеальні умови для зловживання з боку державних органів;

- проблеми виробничого характеру, пов'язані зі збутом продукції та формуванням відповідної клієнтури;

- нестача кваліфікованого персоналу, відсутність практичних навичок підприємливості працівників у веденні бізнесу;

- зростання адміністративних перешкод, недосконалість законодавства як з питань розвитку малого бізнесу, так і підприємництва загалом;

- недосконалість податкової системи. Сьогодні податкова система країни впливає на розвиток бізнесу вкрай негативно. За різними підрахунками, близько 80 % доходу підприємства вилучається у вигляді різноманітних податків і платежів. Сучасна податкова система не дає змоги підприємствам здійснювати інвестування, а також створює якнайсприятливіші умови для їх відходу у тіньовий сектор економіки. Так, через високі податкові ставки багато малих підприємств веде подвійну бухгалтерію і платить фіктивну зарплату. Відкриття малих підприємств, які зникають після кількох

виконаних операцій, стало поширеною практикою. Більшість підприємств тією чи іншою мірою приховує свої доходи, щоб платити менший податок;

— недостатня державна підтримка. На сьогодні в Україні ще не склалося ефективної системи державної підтримки й захисту малого підприємництва. Діє слабкий механізм фінансування та кредитування, має місце невідповідне інформаційне та консультативне забезпечення, недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів тощо;

— проблеми з доступом до кредитів, нестача заставного майна, високі відсоткові ставки комерційних банків. Як правило, суб'єкти малого бізнесу мають потребу в невеликих тривалих кредитах із рівномірним погашенням заборгованості. Комерційні банки неохоче розвивають відносини з малими підприємствами через підвищений ризик щодо повернення кредитів;

— низька інвестиційна активність, відсутність стимулів для інвестицій. Нестабільність економіки стримує підприємців від інвестування. Більшість малих підприємств не має коштів для здійснення капіталовкладень, оскільки кредити є надто дорогими та короткостроковими, а більша частина прибутків спрямовується на сплату податків;

— недосконалість системи обліку й статистичної звітності малих підприємств;

— невисокий рівень ринкової інфраструктури та збутової інфраструктури підприємств. Відсутність і суперечливість інформації не дає можливості керівникам малих підприємств приймати обґрунтовані управлінські рішення на основі об'єктивної інформації про стан ринкової кон'юнктури та поточних потреб споживачів;

— наявність недобросовісної конкуренції;

— слабка конкурентоспроможність національних товарів в умовах наростання імпорту;

— брак реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки та страхування ризиків малих підприємств;

— відсутність надійного соціального захисту та безпеки підприємців, а також надійного правового, зокрема судового, забезпечення підприємницької діяльності;

— перешкоди розвитку підприємництва на регіональному рівні. Недовіра підприємців до влади, невпевненість у її здатності провести довгострокову політику і забезпечити стабільні умови ведення бізнесу;

— тіньова економіка. Малий бізнес щораз ширше використовує практику роботи без оформлення договорів, а також намагається переводити свої операції у готівковий обіг з метою мінімізації оподаткування. Найчастіше малі підприємства є вимушеними учасниками тіньової економіки, яких туди «заганяють» податковий тиск, державна бюрократія тощо;

— високий рівень корупції, нестабільність умов ведення бізнесу, бюрократія, рекет.

Можна зробити висновок, що жорстка конкуренція, нестача початкового та обігового капіталу, підвищена чутливість до зовнішніх чинників (конкуренти, ціни, кредитування, податки тощо) можуть обернутися для будь-якої малої фірми крахом, оскільки такі фірми надзвичайно вразливі до дії різноманітних зовнішніх чинників. Також згубними для малого підприємництва є відсутність знань і досвіду в галузі фінансів, права, недостатня компетентність керівництва в управлінні фірмою. Як свідчить статистика, тільки 5 % з числа новостворених підприємств в Україні можна вважати успішними, 35 % зникають вже протягом першого року діяльності. Решта (60 %) ледве зводять кінці з кінцями.

Найбільшою мірою малі підприємства «виживають» за рахунок високої інтенсивності праці на них, у тому числі більшої тривалості робочого дня, меншої заробітної плати, економії на техніці безпеки та умовах праці, низької організованості та самосвідомості найманих працівників.

Незважаючи на існуючі труднощі, аналіз впливу малого підприємництва на різноманітні суспільні процеси дозволяє зробити висновки про об'єктивно високу соціально-економічну значущість його місця і ролі в перехідній економіці України. Тому дослідження з цієї теми є важливими та актуальними як з теоретичної, так і з практичної точки зору.

#### **Література**

1. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. — 3-тє вид., стер. — К.: Т-во «Знання», КОО, 2005. — 302 с.
2. Економіка України: десять років реформ / За ред. З. Ватаманюка та С. Панчишина. — Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2001. — 496 с.
3. Статистичний щорічник України за 2005 рік. — Київ: Техніка, 2006.

УДК 620.2.664

Стефанюк Є. М., Боляновська Д. С., Бурак Є. І.

**РИНОК НАСІННЯ СОНЯШНИКУ В УКРАЇНІ**

*У статті аналізуються питання ринку насіння соняшнику в Україні і чинників, що на нього впливають. Окреслено проблеми реалізації насіння українського соняшнику на світовому ринку і шляхи їх подолання.*

Насіння соняшнику належить до продукції виробничо-технічного призначення агроіндустрії України. Переважно його використовують в олійножировій галузі харчової промисловості (90 %) для одержання олії. Соняшник в Україні вирощують на площі близько 2,9 млн. га. Це також важливий об'єкт внутрішньої і зовнішньої торгівлі.

В усьому світі постійно зростає виробництво соняшнику, що зумовлено його високою біологічною і харчовою цінністю, значною прибутковістю порівняно з жирами тваринного походження і вимагає значно менше затрат на виробництво.

В Україні ринок цієї цінної сировини не зовсім сформований і вимагає всебічного вивчення й аналізу виробництва, реалізації та чинників, що на нього впливають.

Враховуючи актуальність, народногосподарське та соціальне значення окресленої проблеми, пошуку шляхів її вирішення в сучасних умовах, а також складність формування ринку соняшнику в Україні на фоні міжнародного ринку, ми вирішили проаналізувати деякі аспекти цього питання.

Монополістами насіння соняшнику у світі є: Аргентина, країни ЄС, а з країн СНД у першу чергу Росія та Україна. Частка українського насіння соняшнику у світовому виробництві становить в середньому 9,8–15,0 %, а в Україні — 79,5–87,1 %.

У багатьох країнах світу до вирощування соняшнику ставляться з певною обережністю, оскільки ця культура негативно впливає на ґрунти: вимагає тривалого часу для їхнього відновлення, значних витрат добрив, а це в свою чергу підвищує загальні затрати коштів на продукт вирощування. Незважаючи на це, в Україні соняшник є основною культурою для виробництва олії. Посівні площі під цією культурою постійно зростають, що, зокрема, зумовлено зменшенням його врожайності з 15,8 ц/га у 1990 році до 14,2 ц/га у 1995 році і до 8,9–12,8 ц/га у 2004–2005 роках (рис. 1).

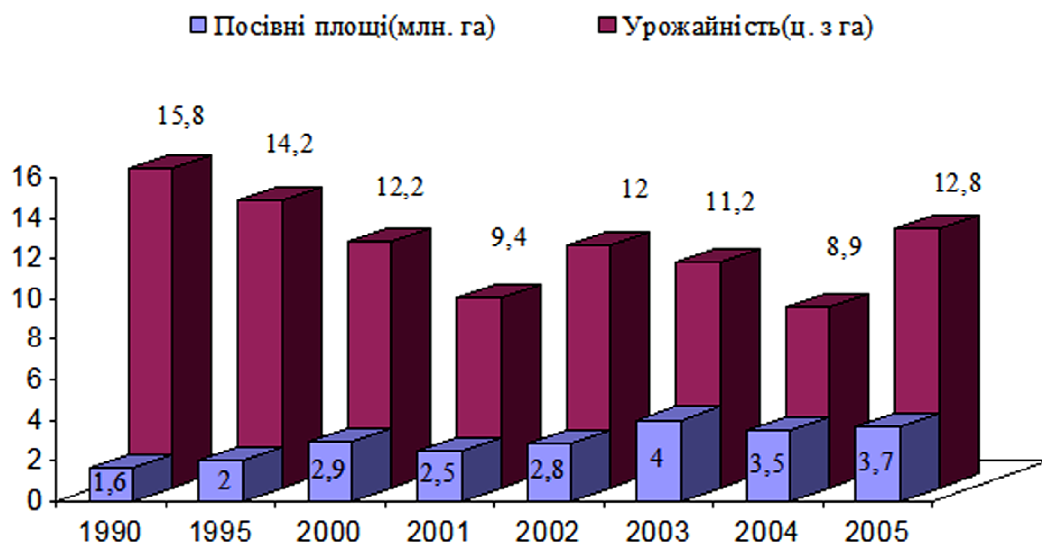


Рис. 1. Динаміка використання посівних площ, врожайності соняшнику в Україні [1].

З метою виправлення становища в Україні зараз необхідно більше уваги приділити використанню сучасних прогресивних агротехнологій і створити такі економічні умови, які б зацікавили всіх учасників ринку. Крім того, дотації повинні здійснюватися з урахуванням урожайності насіння соняшнику з одного гектара.

Виробництво насіння соняшнику в Україні здійснюється наступними категоріями господарств: сільськогосподарськими підприємствами (у тому числі фермерськими господарствами) — 80,1 % і господарствами населення — 19,9 % (табл. 1). В останні роки також значно зростає виробництво соняшникового насіння на одну особу. Так, у 2005 році порівняно з 1990 роком цей показник збільшився у два рази (табл. 1). Валовий збір насіння соняшнику в усіх категоріях господарств протягом останніх років теж збільшувався (табл. 1), зокрема у 2003 і 2005 роках, які були рекордними. У 2005 році валовий збір насіння соняшнику був найбільшим за останні 15 років і становив 4706 тис. т. (табл. 1). Особливо значними темпами збільшення валового збору насіння соняшнику відзначилися фермерські господарства і господарства населення: порівняно з 2001 роком у 2005 році валовий збір насіння соняшнику у фермерських господарствах зріс у 3,0 рази, а в господарствах населення — у 2,4 раза. При цьому частка господарств населення постійно зростає: якщо у 2000 році вона становила 12,5 %, то у 2004–2005 роках — 21,1–21,2 %.

Таблиця 1

**Валовий збір соняшнику за категоріями господарств [1], тис. т**

Категорія господарств	Рік							
	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Господарства усіх категорій	2571	2860	3457	2251	3271	4254	3050	4706
Сільськогосподарські підприємства	2509	2734	3025	1844	2727	3576	2406	3710
Фермерські господарства	0	86	347	247	440	598	430	735
Господарства населення	62	126	432	407	544	678	644	996
Виробництво насіння соняшнику на 1 особу, кг	50	56	70	46	68	89	64	100

Реалізація насіння соняшнику здійснювалася сільськогосподарськими підприємствами (табл. 2) переробним підприємствам, на ринку, населенню, а основна частка за іншими каналами. Найбільше за останні 15 років реалізовано насіння соняшнику у

Таблиця 2

**Реалізація насіння соняшнику сільськогосподарськими підприємствами, у % до загального обсягу реалізації [1]**

Роки	Переробним підприємствам	На ринку	Населенню	За іншими каналами
1990	98,9	0,3	0,8	0,0
1995	5,1	27,7	12,0	55,2
2000	2,4	46,0	10,4	41,2
2001	1,1	23,6	7,6	67,7
2002	1,6	20,4	4,9	73,1
2003	2,5	16,9	3,1	77,5
2004	3,1	14,6	2,5	79,8
2005	4,4	11,6	1,7	82,3



таких сприятливих для цієї культури роках: у 2003 році — 2448,0 тис. т, у 2005 році — 2184,0 тис. т.

Якщо аналізувати реалізацію насіння соняшнику сільськогосподарськими підприємствами за регіонами, у 2005 році найактивніше цей процес здійснювався такими областями: Запорізькою — 361,0 тис. т, Дніпропетровською — 283,0 тис. т, Кіровоградською — 248,0 тис. т, Донецькою — 190,0 тис. т, найменше: Житомирською — 3,0 тис. т, Хмельницькою — 3,0 тис. т, Чернігівською — 2,0 тис. т, Тернопільською — 1,0 тис. т і майже відсутня реалізація у Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Рівненській областях (рис. 2), що зумовлено, в основному, особливостями розвитку і розміщення агропромислового комплексу.

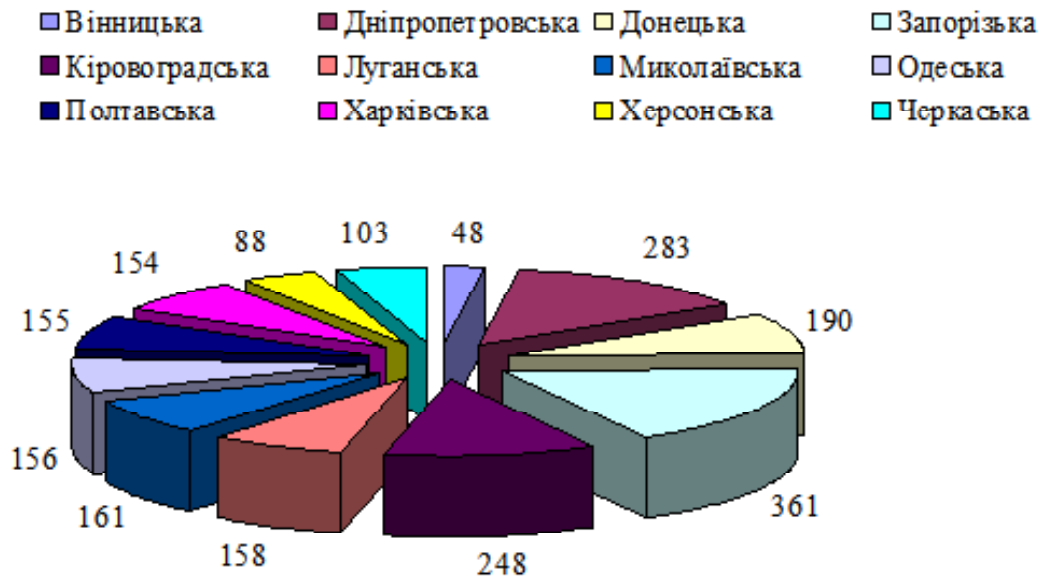


Рис. 2. Структура реалізації насіння соняшнику основними регіонами України у 2005 році, тис. т [1].

Певна частина насіння соняшнику (820,0–1040,0 тис. т) з України щорічно експортується в різні країни світу. Основними імпортерами є: Польща, Німеччина, Іспанія, Туреччина, Марокко, Голландія, Грузія та інші країни. В окремих країнах — імпортерах збудовані спеціальні заводи і технологічні лінії переробки імпортного українського соняшнику.

На світовому ринку насіння українського соняшнику реалізується за найнижчими цінами, що пояснюється невисокою якістю товару, зумовленою неузгодженістю вимог до окремих показників якості наших нормативно-технічних документів (НТД) з міжнародними.

В майбутньому, коли ціни на світовому ринку почнуть зростати, відповідно зростатиме і експорт насіння соняшнику, а поки що потрібно узгодити вимоги наших нормативно-технічних документів з міжнародними.

#### Література

1. Статистичний щорічник України за 2005 рік. — К.: Консультант, 2006. — С.142, 150–151, 158, 163.
2. Азбука харчування. Раціональне харчування / Ред. Г. І. Столматова, І. О. Мартинюк. — Львів: Світ, 1991. — 200 с.

- 
3. Положение на мировом рынке подсолнечника и продуктов его переработки//Бюллетень иностранной коммерческой информации. — 2002. — № 52. — С. 6–8.
  4. Географическое распределение экспорта подсолнечного семени и продуктов его переработки России и Украины // Бюл. иностранной коммерческой информации. — 2006. — № 37. — С. 7–10
  5. Черняк Л. Г., Клиновий Д. В. Розміщення продуктивних сил України. — К.: ЦУЛ, 2002. — 728 с.

## ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРИРОДНИХ МОНОПОЛІЙ В УКРАЇНІ

*Розглядаються недоліки вітчизняного податкового законодавства щодо оподаткування бюджетного фінансування природних монополій. Пропонується, відповідно до альтернативного варіанта міжнародного підходу, бюджетне фінансування розглядати як державну участь у капіталі, а не дохід і, відповідно, без оподаткування. Обґрунтовується економічна недоцільність оподаткування цільового фінансування, отриманого підприємствами з бюджету.*

В умовах ринкової економіки важливе значення мають методи ринкового регулювання. Серед них державна допомога (government assistance), під якою розуміють дії держави (місцевих органів), скеровані на надання фінансових ресурсів. За загальними міжнародними підходами, у фінансову звітність підприємств не включають отриману підприємством опосередковану економічну вигоду, що виникає внаслідок зміни загальної ситуації в економіці, розвитку інфраструктури, а також державну участь у капіталі.

Одним із різновидів регулювання економіки є державні субсидії (government grants), які за міжнародними стандартами відображаються як дохід. Такі субсидії можуть бути у формі дотацій чи субвенцій (безповоротних позик) і мають за мету підтримку діяльності підприємства. Часто субсидії розглядаються як частина програми фінансової або бюджетної допомоги, яка супроводжується багатьма умовами.

Муніципальні експлуатаційні підприємства — це галузь природної монополії, суб'єкти якої отримують чи не найбільше видів цільового фінансування з бюджету. Широкий спектр фінансування, надається їм з метою фінансової підтримки в цілях, інших, аніж державне регулювання тарифів — на ремонт основних засобів (мережових споруд та обладнання), на підготовку до осінньо-зимового сезону, цільове фінансування капітальних вкладень, субвенцій тощо. Субсидії і пільги надаються в складі тарифу на оплату житлово-комунальних послуг перерахуванням коштів підприємствам. Дотації надаються відособлено від тарифів для покриття збитків за результатами діяльності підприємств, оскільки тарифи, незважаючи на декларації і намагання, не покривають усіх витрат операційної діяльності. Усі види цільового фінансування надаються експлуатаційним підприємствам для фінансової підтримки, і до складу валового доходу з чисто економічного погляду стосунку не мають.

До складу валового доходу підприємств включаються загальні доходи від усіх видів діяльності, а також доходи, отримані від інших джерел та від позареалізаційних операцій. Бюджетну дотацію, що надається суб'єктам підприємницької діяльності у зв'язку з державним регулюванням цін, розглядають як складову ціни. Бюджетні дотації, що надходять для відшкодування витрат, включаються до складу валового доходу. Цей перелив бюджетного фінансування (бюджетування: дотації, пільги, субсидії податки) тільки дискримінує валовий внутрішній продукт, відображуваний у системі національного рахівництва. Таке бюджетне фінансування повинно бути прирівняне до терміна «безповоротна фінансова допомога» — сума коштів, передана платнику податків згідно з договорами дарування, іншими подібними згодами, які не передбачають відповідної компенсації чи повернення таких коштів.

Регулюючи розмір оплати послуг, надаючи пільги, держава з бюджету компенсує їх платежами (дотаціями, субсидіями, капітальними трансфертами), які вважаються цільовим фінансуванням, оскільки вони спрямовані на певні цілі. Законом України [1] визначено, що до повноважень місцевих органів влади входить встановлення в порядку

і межах, визначених законодавством, тарифів з оплати прибуткових, комунальних, транспортних та інших послуг, що надаються підприємствами та організаціями комунальної власності відповідної територіальної громади, узгодження цих питань з підприємствами, установами й організаціями, які не належать до комунальної власності.

Регулюючи тариф на надані послуги, місцеві органи влади різницю між розрахунковим і директивно встановленим розміром тарифу відшкодовують з бюджету у вигляді платежів, що надходять на рахунки міських експлуатаційних підприємств. Призначення й надання субсидій малозабезпеченим категоріям громадян, відшкодування витрат на оплату комунальних послуг затверджено Постановою Кабінету Міністрів України «Про спрощення порядку надання населенню субсидій для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг». Причому адресні безготівкові субсидії перераховують на рахунки експлуатаційних підприємств, які обслуговують одержувачів субсидії, тобто частину послуг фактично оплачує громадянин, а частину — покриває субсидія. Чинним законодавством передбачено пільги — знижки від встановленого тарифу для деяких категорій громадян: з бюджету перераховуються підприємствам суми, що компенсують оплату послуг у зв'язку з наданими пільгами. Капітальні трансферти є безповоротними бюджетними платежами, які надають з метою фінансування витрат на придбання капітальних активів або збільшення фінансового капіталу одержувача таких трансфертів. Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку [2] такі кошти цільового фінансування визнаються доходом, але дата його включення й дата відображення на рахунках бухгалтерського обліку і, відповідно, у звітності для кожного виду цільового фінансування різні. Відповідно до чинного законодавства підприємства відображають дохід з наданих послуг у сумі регульованого тарифу незалежно від того, надійшли субсидії та відшкодовані пільги чи ні. Такий підхід впливає з бухгалтерського принципу нарахування і відповідності доходів і витрат. Для визначення фінансового результату звітного періоду необхідно порівняти доходи звітного періоду з витратами, здійсненими для одержання цих доходів. Тобто доходи звітного періоду потрібно відображувати одночасно з витратами, що забезпечили (забезпечать) одержання таких доходів. Аналогічно відображується дохід від дотацій на покриття збитків від регулювання тарифів. Дата відображення доходу визначена стандартом: «Цільове фінансування, отримане як компенсація витрат (чи збитків), які вже понесло підприємство, або з метою негайної фінансової підтримки підприємства без майбутніх пов'язаних з цим витрат, визнається доходом того періоду, в якому утворилася дебіторська заборгованість, пов'язана із цим фінансуванням» [2, п. 19]. Тому дохід від дотацій на покриття збитків показують на дату виникнення таких збитків, тобто в періоді надання послуг. Однак на практиці розрахована у такий спосіб рентабельність відображує швидше можливу, ніж дійсну, ефективність роботи підприємства. Відбувається це через несвоєчасну оплату наданих послуг як безпосередньо з боку споживачів, так і з боку держави, яка затримує виконання своїх зобов'язань щодо компенсації збитків у зв'язку з державним регулюванням цін (дотації), наданих пільг і нарахованих субсидій [3, с. 53].

Суттєві розбіжності бухгалтерського та податкового законодавства з питань обліку доходів і витрат при розрахунку фінансових результатів для міських комунальних експлуатаційних підприємств вимагають коригування, враховуючи можливості інших підходів податкового законодавства до визнання доходів підприємства при одержанні відповідних сум дотацій, субсидій і пільг. Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств», якщо послуги сплачуються за рахунок бюджетних коштів (субсидії, дотації, кошти, які надходять з бюджету за послуги, надані бюджетним

установам), то датою збільшення валового доходу є дата надходження таких коштів на розрахунковий рахунок або дата одержання будь-якої компенсації, включаючи зменшення заборгованості комунальної організації за її зобов'язаннями перед бюджетом. Тобто дотації, субсидії і відшкодування пільг включаються до валового доходу після їх отримання підприємством.

Згідно із Законом про ПДВ підгалузі житлово-комунального господарства мають пільги з податку на додану вартість — вони визначають ПДВ за касовим методом. Касовий метод полягає в тому, що податкове зобов'язання визначається за датою отримання коштів, а податковий кредит — за датою оплати рахунків постачальників або надання інших видів компенсації вартості послуг.

Законодавчими регламентаціями щодо визнання доходу з реалізації комунальних послуг, оплачуваних за тарифом, застосовується двоканальна оцінка вартості послуг: частина складається з реального тарифу послуг, оплачуваних споживачами, у тому числі підприємствами, заснованими на приватному капіталі; друга частина — з бюджетних дотацій на покриття передбачуваних збитків. З юридичної точки зору у другому разі відсутній акт купівлі-продажу послуг: перерахуванням бюджетних коштів (дотацій) фінансовими органами здійснюється компенсація понесених підприємством втрат для виконання статутних завдань, якими його наділила держава. Отримання бюджетних дотацій підприємством не є реалізацією послуг. Отже, з юридично-фінансової точки зору наявне розмежування економічних термінів «реалізація послуг» і «компенсація понесених витрат», зведених в податкових підходах і обліковій моделі воедино в категорію «доходи». Такий підхід разом з дотуванням тарифів населення опосередковано дотує приватний капітал.

Крім двоканального методу оплата вартості комунальних послуг, наданих за тарифом, у реальній економіці здійснюється у два етапи: оплата безпосередньо споживачами та наступна (головним чином через відсутність реальних джерел фінансування) доплата за рахунок бюджетних коштів вищенаведених відшкодувань. Доходом визнається сума наданих послуг, виходячи з їх договірної вартості, визначеної за вільними або регульованими цінами (тарифами). Вважається (проте сумнівно, з чисто економічної точки зору ціноутворення, виходячи з реальної вітчизняної економіки), що частка плати населення за житлово-комунальні послуги у сукупному доході визначається виходячи з розміру тарифу, затвердженого з урахуванням ПДВ, то й розмір субсидій, отриманих у вигляді визначеної різниці, містить у собі ПДВ. Субсидії призначаються за наявності різниці між розміром плати за житлово-комунальні послуги з урахуванням пільг, які надаються відповідно до чинного законодавства, і обсягом визначеного КМУ обов'язкового платежу. Розмір субсидії (тобто розмір частини тарифу, сплату якого здійснюють місцеві бюджети) визначається як різниця між вартістю плати за житлово-комунальні послуги у межах норми та нормативів споживання комунальних послуг і обсягом визначеного платежу. При цьому оскільки частка плати за житлово-комунальні послуги у сукупному доході громадянина визначається виходячи з розміру тарифу, затвердженого з урахуванням ПДВ, то й розмір субсидії, отриманої у вигляді вищезгаданої різниці, містить у собі ПДВ. Ці адресні субсидії разом з коштами, сплаченими безпосередньо кожним одержувачем субсидії, формують оплату тарифу, встановленого органами виконавчої влади. У разі відшкодування з місцевого бюджету частини тарифу, що не сплачено населенням у зв'язку з отриманням будь-яких категорій пільг та субсидій з оплати житлово-комунальних послуг, то такі відшкодування, як складові частини регульованого тарифу, включаються до об'єкта оподаткування, базою якого є тариф. Слід зазначити, що з огляду на Закон «Про податок на додану вартість»

також визначено низку операцій, які не є об'єктом оподаткування, звільняються від оподаткування та оподатковуються за нульовою ставкою (на даний момент практично жодна з житлово-комунальних послуг не підпадає під ці особливі умови). Виходячи з викладеного, можна зробити висновок, що житлово-комунальні послуги підпадають під норми Закону «Про податок на додану вартість» (тобто вони є об'єктом оподаткування), підлягають оподаткуванню податком за чинною ставкою, а особи що їх надають, — під загальну дію положень цього закону (на них поширюються вимоги щодо державної реєстрації як платників ПДВ).

До складу договірної (контрактної) вартості зараховують будь-які суми коштів, вартість матеріальних і нематеріальних активів, що передаються платнику податку безпосередньо покупцем або через будь-яку третю особу у зв'язку з компенсацією вартості робіт або послуг, виконаних чи наданих таким платником податку.

Оскільки Законом України від 03.04.97 р. № 168/97-ВР «Про податок на додану вартість» визначено, що база оподаткування операцій з продажу товарів (робіт, послуг) визначається виходячи з визначеної за вільними або регульованими цінами (тарифами), а житлово-комунальні послуги на даний час підлягають державному регулюванню та реалізуються за встановленими тарифами, то базою оподаткування таких послуг є встановлений тариф.

Тобто звертається увага на відсутність податкового кредиту з ПДВ (повністю або частково) за витратами за операціями з продажу послуг. Отримання дотацій, субсидій, компенсацій на покриття збитків не є продажем, на них не поширюються норми Закону про ПДВ, а тому платники податку не повинні проводити коригування сум податкового кредиту: «Податкові органи вимагають сплати податку на додану вартість з субсидій, мотивуючи це тим, що субсидії призначаються виходячи з тарифу на житлово-комунальні послуги. Враховуючи те, що сьогодні тариф у багатьох випадках не покриває навіть рівень витрат ЖКГ, на сплату ПДВ коштів у тарифі не залишається» [4, с.46]. Пільги з оплати житлово-комунальних послуг включаються в об'єкт оподаткування ПДВ, як і субсидії, оскільки надаються в складі тарифу: «Звичайно житлово-комунальні підприємства отримують зазначене бюджетне фінансування із запізненням і повинні зараховувати його в дохід у бухгалтерському обліку в момент отримання, а не при нарахуванні» [4, с.47]. Проте на практиці податкові органи мають власне економічне обґрунтування щодо необхідності оподаткування субсидій податком на додану вартість. З юридичної точки зору об'єкт оподаткування за цими операціями не виникає, з економічної — не вписується у класичні теорії ціноутворення.

З одного боку, податкові органи підтверджують, що компенсація збитків не є продажем, проте перебувають на позиціях, відповідно до яких в базу оподаткування ПДВ включаються будь-які суми коштів, вартість матеріальних і нематеріальних активів, що передаються платнику податків покупцем або через будь-яку третю особу у зв'язку з компенсацією вартості товарів (робіт, послуг), проданих (виконаних, наданих) таким платником податку, стверджується, що фінвідділ є третьою особою, яка передає суму коштів експлуатаційним підприємствам у зв'язку з компенсацією вартості товарів (робіт, послуг), проданих (виконаних, наданих) таким платником податку населенню. За економічним змістом, необхідність включення до бази оподаткування підприємства суми коштів виникає в разі отримання від покупця безпосередньо або через третю особу (але все одно кошти мають бути покупця, а не фінвідділу чи бюджету). У даному разі Законом про ПДВ передбачено випадки, коли громадянин може оплачувати послуги безпосередньо підприємству, а може — через третю особу, наприклад банківську установу, за допомогою внесення відповідної суми коштів, або підприємство, на якому

він працює, — утриманням плати із суми заробітної плати. Подібним за економічним змістом є платіж за законодавчими регламентами, який стосується компенсації вартості товарів (робіт, послуг), а не компенсації понесених витрат природним монополістом за регульованими тарифами, що є різними поняттями як з юридичної, так і з економічної точки зору: «Слід зазначити, що на сьогодні є багато виграних житлово-комунальними підприємствами судових процесів щодо того, що вони не повинні коригувати податковий кредит пропорційно до сум отриманих дотацій» [4, с. 49].

Подібно як поява природних монополій з точки зору макроекономіки (теорії і практики) розглядається як одна з наймасштабніших ринкових невдач і невіршених проблем, так само у світогосподарській теорії і практиці ведення обліку єдиної думки щодо бюджетних доплат не існує. Питанням розкриття інформації у фінансовій звітності про державні субсидії як різновид державної допомоги присвячений Міжнародний стандарт фінансової звітності № 20 «Розкриття інформації про державні субсидії і державну допомогу». Користувачі звітності зацікавлені в об'єктивній інформації про діяльність економічної одиниці, у тому числі про розмір наданих державою ресурсів і отриманих економічних результатів від використання державної допомоги. Державні субсидії (government grants) — це різновид державної допомоги у формі передачі ресурсів господарюючому суб'єкту за умови відповідності його діяльності певним умовам. Державні субсидії можуть бути надані у формі дотацій, субвенцій (безповоротних позик) або премій; їх поділяють на субсидії, пов'язані з активами (grants related to assets), і субсидії, пов'язані з доходом (grants related to income).

Тобто, по суті, можна розглядати два теоретичні підходи у міжнародній теорії і практиці до відображення державних субсидій у фінансовій звітності: у вигляді збільшення капіталу і у вигляді доходу. При першому підході державні субсидії розглядають як джерело фінансування діяльності; їх відображають у балансі, але не як доходи у звіті про фінансові результати. Аргументом на користь відображення субсидій як капіталу вважають їх безповоротність при виконанні певних умов, а також той факт, що субсидії не «зароблені» підприємством і не несуть у собі пов'язаних з їх залученням витрат і, виходячи з цього, не є доходом. Згідно з другим підходом державні субсидії повинні відображатися у звіті про фінансові результати як доход господарюючого суб'єкта. Така точка зору зазвичай обґрунтовується такими аргументами: субсидії надають не засновники (акціонери), тому відносити їх на збільшення власного капіталу нелогічно; підприємство отримує субсидії за умов виконання певних умов і зобов'язань, тобто вони споріднені з певними витратами; як і податки, субсидії є частиною бюджетної політики держави.

Міжнародний стандарт передбачає відображення державних субсидій як доходу, а не як збільшення капіталу. При цьому використовується принцип нарахування. На нашу думку, достатньо явні економічні події знаходять викривлене відображення в обліковій системі: традиційний облік не розглядає відокремлено «капітал державного підприємства» і «капітал акціонерного, приватного підприємства», а називає його «власний капітал».

На підприємствах є непродуктивні витрати, які, крім того, що відволікають кошти з виробництва, підлягають оподаткуванню. В основному це адміністративні витрати в частині перевищення норм, встановлених податковим законодавством: представницькі витрати, матеріальна допомога, штрафи і пені, утримання об'єктів соціальної інфраструктури тощо. Зауважимо, що частина з цих витрат пов'язана з необхідністю або ризиками діяльності, і тому, на наш погляд, тарифи повинні передбачати їх відшкодування, зокрема витрати, які не можна класифікувати як втрати, понесені через безвідповідальність окремих працівників, і які є наслідком об'єктивних причин. Наприклад, підприємства ЖКГ досить часто сплачують штрафи та пені. Органи, які встановлюють тарифи на

комунальні послуги, можуть здійснювати контроль за рівнем таких витрат і приймати рішення щодо їх обґрунтованості та дозволити їх відшкодування в розрахунках планового тарифу. Такий підхід вважається більш доцільним, ніж просто заборона передбачати джерела покриття таких витрат через тарифи [5, с. 32].

На ці штрафи за алгоритмом затратного механізму ціноутворення нараховується прибуток. Тобто економічно прибутки від сплачених штрафів явище для економіки не стандартне. З іншого боку, чисто процедурно тарифи затверджуються на тривалий період, подібні витрати виникають епізодично.

У чинній нормативній базі існують суперечності у визначенні суті та розмірі відрахувань до спеціальних фондів місцевих бюджетів в обсязі 10 % вартості питної води, яка подається через систему централізованого водопостачання з відхиленням від вимог стандартів. Вони визначаються за чинною бюджетною класифікацією як штрафи та фінансові санкції (код бюджетної класифікації 23020000 «Перерахування підприємцями частки вартості нестандартної продукції, виготовленої з дозволу на тимчасове відхилення від вимог відповідних стандартів щодо якості продукції, виданого Державним Комітетом України по стандартизації, метрології і сертифікації»).

Для визначення правомірності включення цих відрахувань при розрахунку тарифів слід розглянути класифікацію витрат у системі бухгалтерського обліку і класифікацію витрат згідно з податковим законодавством. Це дало б змогу зробити систему ціноутворення більш прозорою і показати, які витрати мають відшкодовувати споживачі за понесені підприємством фактичні витрати, включаючи штрафи і фінансові санкції. За умови визнання відрахувань за нестандартну воду статтею витрат (і, відповідно, тарифу при формуванні його за витратним принципом) і визнаватимуться як штрафні санкції, то споживачі змушені будуть і надалі відшкодовувати в тарифах на послуги суми штрафу, а також витрати з податку на прибуток та ПДВ, що нараховуватиметься при виставленні рахунків споживачам за послуги. У зв'язку з цим на законодавчому рівні слід розглянути питання щодо правомірності включення до валових витрат суми відрахувань та уникнення витрат з податку на прибуток у складі тарифів на послуги.

Підприємства комунальної та державної форми власності здебільшого не мають іншого джерела покриття витрат діяльності, окрім тарифів на комунальні послуги. Оскільки ці відрахування за своєю суттю є економічними платежами, то, на нашу думку, можна, використовуючи досвід країн ОЕСР, вилучати їх зі складу витрат, які відшкодовуються тарифом, і визначити як окремий платіж, який здійснювався б один раз на рік відповідно до спеціального фонду місцевого бюджету споживачами води в тій місцевості, де існують проблеми із забезпеченням стандарту якості питної води [5, с. 35]. Застосування, такого цільового платежу не передбачатиме сплату споживачами додаткових необґрунтованих податків за те, що вони не користуються послугами нормативної якості.

### Література

1. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України №280/97-ВР від 21.05.97 р. з подальшими змінами та доповненнями.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.99 р. № 290.
3. *Полуянов В.* Фінансова звітність як інформаційна база для аналізу ефективності підприємств житлово-комунального господарства // Бухгалтерський облік і аудит. — 2004. — № 2. — С. 51–54.
4. *Гура Н.* Облік цільового фінансування підприємств житлово-комунального господарства // Бухгалтерський облік і аудит. — 2004. — № 2. — С. 45–50.
5. *Лисенко Н.* Проблеми обліку та відшкодування в тарифах на комунальні послуги деяких витрат // Бухгалтерський облік і аудит. — 2004. — № 6. — С. 31–36.



УДК 330.332

Романів І. І., Цегелик Г. Г.

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

*Проведено аналіз зарубіжної практики використання інформаційних технологій для залучення іноземних інвестицій на прикладі Польщі, Ірландії та Великої Британії. Запропоновано схему розробки спеціалізованого веб-сайту для створення зручного доступу інвесторів до інформації про перспективи інвестування в економіку України.*

Однією з ключових проблем сучасного розвитку економіки України є недостатній обсяг залучення прямих та портфельних іноземних інвестицій, що вкрай необхідні для збалансування господарської системи держави та забезпечення її рівномірного зростання у майбутньому [1; 2]. Для збільшення обсягів іноземного інвестування важлива популяризація інвестиційної привабливості держави. І одним з основних механізмів такої популяризації є використання сучасних інформаційних технологій.

Інформаційні технології — один із провідних рушіїв сучасного розвитку людства, їх вплив помітний всюди. Інвестиційна галузь не виняток, а швидше яскраве підтвердження такого стану речей. Справді, жодне капіталовкладення, особливо значне, не обходиться без тривалого пошуку інформації про об'єкт чи набір об'єктів, в які інвестор планує вкласти кошти. Це за умови, що останній вже визначився з напрямом подальшого руху вільного капіталу. Якщо ні, то інвесторові доведеться звертатися до розширеного пошуку даних стосовно ймовірної країни чи галузі інвестування. Тут він може зіткнутися з великою кількістю заплутаної інформації, її відсутністю або ж, якщо пощастить, із відлагодженою та зручною схемою отримання доступу до потрібних даних. Останнє, безумовно, свідчить виключно на користь інвестиційного клімату держави, яка пропонує потенційним інвесторам можливість уникнути багатьох непотрібних витрат і сформувавши об'єктивний погляд на бізнес-середовище у цій країні.

На нашу думку, вітчизняне інформаційне середовище перебуває на стадії стрімкого розвитку і формування засад надання якісного інформаційного продукту споживачам. Тому, враховуючи європейські прагнення України, доцільно взяти до уваги досвід країн-членів ЄС і взагалі проаналізувати, яким же чином європейці рекламують свій економічний потенціал, які інструменти для цього використовують. Практично у всіх європейських державах створено спеціалізовані установи та інтернет-ресурси для надання потенційним інвесторам можливості ознайомитися з перспективами вкладення коштів в економіку відповідної країни. Найбільш показовими, на нашу думку, є приклади Ірландії, Великобританії та Польщі.

Розпочнемо з Ірландського агентства розвитку (IAP) (Irish Development Agency). Одним з основних інструментів поширення інформації у цієї структури виступає її веб-сайт [3], де наведено основні переваги Ірландії як країни-реципієнта іноземних інвестицій. Інформацію для зручності подано на шести мовах. Цікаво, що чимало показників наводяться у порівнянні з іншими країнами Європейського Союзу. Зокрема, однією з основних переваг, на яку звертають увагу інвесторів, є найнижчий у Європі рівень податку з прибутку корпорацій. Він в Ірландії становить 12,5 %. Інша перевага полягає в тому, що держава підписала чимало угод про уникнення подвійного оподаткування. Подано повний перелік країн, з якими такі договори укладено і ратифіковано, і тих, з якими ведуться переговори з цього питання.

IAP заохочує інвесторів вкладати кошти в економіку Ірландії, наголошуючи на її конкурентності, високому професійному рівні робочої сили, продуктивності праці,

молодому віці працівників, їх гнучкості, здатності адаптовуватися до різних умов праці та мотивації. Цікаво, що все це вимірюється кількісними показниками, які наведено для ознайомлення на сторінках сайту. Конкурентність економіки, скажімо, визначається темпами зростання ВВП та рівня зайнятості, ступенем орієнтації на високотехнологічні галузі і сферу послуг порівнянно з іншими країнами ЄС.

Крім того, висвітлено чимало інших переваг інвестиційного клімату країни. Серед них присутність розвиненої промислової інфраструктури, сприятливого середовища для розвитку науково-дослідної сфери та гарантій захисту інтелектуальної власності. Все це підтверджено прикладами успішної реалізації інвестиційних проектів іноземними компаніями.

Сусіди ірландців, британці, теж активно пропагують ідею сприятливості вітчизняного економічного середовища для внесення туди іноземних капіталовкладень [4]. Цим займається окрема державна інституція, покликана не лише залучати інвесторів, а й здійснювати супровід реалізації інвестиційних проектів. Основним інформаційним ресурсом цієї структури є її сторінка у всесвітній мережі Інтернет. Цікавою особливістю цього ресурсу є перелік пріоритетних галузей економіки держави. Серед них переважна більшість належить до сфери послуг, присутні й високотехнологічні галузі, зокрема, аерокосмічна, інформаційна та галузь нанотехнологій. Особливий наголос робиться на охороні навколишнього середовища шляхом державного дотування отримання електроенергії з альтернативних джерел. У цю галузь так само активно запрошують інвесторів.

Переваги ведення бізнесу у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії подано у вигляді статей [4]. Варто, зокрема, відзначити, що держава надає можливість відтермінування податкових платежів підприємствам, що працюють у науково-дослідній галузі, таким чином стимулюючи розвиток цієї галузі та спрямовуючи туди значну частку капіталовкладень, як вітчизняних, так і іноземних. Інші переваги схожі до попередньо перелічених у зв'язку з розглядом ірландської практики залучення капіталовкладень.

Окрім висвітлення основних шляхів успішної реалізації інвестиційних проектів у Сполученому Королівстві, запропоновано коротку довідку по країнах світу для вітчизняних інвесторів, які планують робити капіталовкладення за кордоном, із зазначенням інших інформаційних ресурсів, де можна отримати корисну інформацію. Йдеться про те, що політика держави спрямована не лише на активне стимулювання капіталовкладень у вітчизняну економіку, а й на супровід ініціатив британських інвесторів за кордоном.

Як бачимо, справа популяризації інвестиційної привабливості держави виступає одним із основних завдань уряду будь-якої країни, незалежно від рівня її розвитку. Для постсоціалістичних держав це питання особливо актуальне і заслуговує окремого та більш детального розгляду.

У Польщі, до прикладу, функціонує Польське агентство інформації та іноземних інвестицій. Ця установа також виконує функцію інформаційного забезпечення інвестиційних проектів. На офіційному сайті агентства наведено чимало корисної для інвесторів інформації [5]. Наголос зроблено на високому рівні оцінки інвестиційного клімату держави провідними рейтинговими агентствами світу.

Отже, залучення іноземних капіталовкладень на сучасному етапі розвитку глобалізованого суспільства виходить на якісно новий рівень, що передбачає повний інформаційний супровід потенційного інвестора. В Україні, на жаль, окремої структури, що займалася б виключно привабленням інвестицій та рекламою вітчизняного інвестиційного клімату, поки що не існує. Хоча доцільність її створення очевидна, особливо, враховуючи те, що відносні показники залучення іноземних капіталовкладень

вітчизняною економікою значно нижчі від досягнутих іншими країнами Центрально-Східної Європи.

Однією зі спроб узагальнити й довести до відома іноземних та вітчизняних підприємців інформацію про інвестиційний потенціал регіону був Шостий Міжнародний економічний форум, що відбувся минулого року у Львові. Чимало задумів організаторів цього заходу можна взяти до уваги, формуючи схему розробки інформаційного забезпечення з метою залучення інвестицій в економіку України в цілому. Зокрема, для потенційного інвестора недостатньо володіти даними про стан економіки, інфраструктури та ринку праці загалом. Його більше цікавитиме конкретний перелік наявних об'єктів для інвестування. Йдеться про їх характеристику із зазначенням потреби в капіталовкладеннях. Складання такого переліку потребуватиме значних зусиль з боку відповідальних за це осіб, проте цілком раціонально в такому випадку було б здійснити регіональний розподіл обов'язків, тобто залучити до пропагування інвестиційної привабливості України представників Торгово-промислової палати та інших органів економічної політики на місцях. Таким чином, сформувавши загальну базу даних об'єктів інвестування, слід зробити її доступною для потенційних інвесторів. Також доцільно, аби така база даних постійно оновлювалася і перебувала в розпорядженні регіональних торгово-промислових палат, адже існує висока ймовірність того, що саме до них звертатимуться інвестори з проханням допомогти в пошуку того чи іншого промислового приміщення, земельної ділянки чи бізнес-партнера для співпраці.

Наступним кроком у формуванні ефективної системи інформаційного забезпечення інвестиційної привабливості української економіки є розробка схеми доступу до накопиченої та структурованої інформації. Тут можна скористатися декількома можливими шляхами. Один із них, зокрема, полягає в тому, аби надавати такий доступ безоплатно, проте здійснювати попередню реєстрацію із занесенням даних про потенційного інвестора в окрему базу для подальшої підтримки контактів із ним та аналізу тенденцій ринку реальних інвестицій.

Добре було б на окремій сторінці спеціалізованого сайту навести у розрізі окремих регіонів перелік та контактну інформацію вітчизняних фірм, що надають консультативні послуги іноземним компаніям, які працюють в Україні. Це стосується, зокрема, ведення бухгалтерського обліку згідно з вітчизняними стандартами, надання юридичних консультацій і послуг менеджменту за схемою аутсорсингу. Таким чином можна отримати ще й прибутки від реклами.

Загальна інформація про стан економіки держави, джерела отримання додаткових даних та переваги інвестування саме у вітчизняні підприємства теж, без сумніву, має міститися на сайті. Її повинні характеризувати насамперед об'єктивність, актуальність і доступність. Останнього можна досягти створенням багатомовних сторінок для зручності інвесторів.

Тож, як бачимо, структура веб-сайту як основного джерела інформації про інвестиційний клімат у державі та можливості його ефективного використання інвестором є доволі складною. Враховуючи всі дрібниці та намагаючись надати користувачам вичерпну інформацію про об'єкт їхнього зацікавлення, не слід забувати про збереження впорядкованості даних. Тому, власне, й пропонується розподіляти об'єкти інвестування за регіонами та залучати до ведення бази даних представників органів економічної політики на місцях. Лише в разі злагодженої взаємодії останніх можливо створити якісний інформаційний продукт, що стимулюватиме спрямування капіталовкладень у вітчизняну економіку та їх ефективну реалізацію.

**Література**

1. Іноземні інвестиції в Україні / За ред. П. І. Гайдуцького. — К.: Ред.-вид. відділ УкрІНТЕІ, 2004. — 248 с.
2. Матюшенко І. Ю., Божко В. П. Іноземні інвестиції. — К.: Професіонал, 2005. — 336 с.
3. Офіційний веб-сайт Ірландського агентства розвитку. — [Цит. 2007, 17 вересня]. — Режим доступу: <http://www.idaireland.com/>.
4. Офіційний веб-сайт Агентства із залучення іноземних інвестицій в економіку Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії. — [Цит. 2007, 20 вересня]. — Режим доступу: <http://www.uktradeinvest.gov.uk/>.
5. Офіційний веб-сайт Польського агентства інформації та іноземних інвестицій. — [Цит. 2007, 7 вересня]. — Режим доступу: <http://www.paiz.gov.pl/>.

УДК (657.6)

Гелей Л.О.

## МЕТОДИКА ПЛАНУВАННЯ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОПЕРАЦІЙНОГО АУДИТУ В ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*У статті розглянуто актуальні проблеми організації планування операційного аудиту і виконання процедур контролю якості. Проаналізовано особливості планування операційних аудиторських перевірок при проведенні зовнішнього і внутрішнього аудиту, акцентовано увагу на необхідності узгодження дій аудиторів з вимогами міжнародних стандартів аудиту.*

Однією з найважливіших вимог до сучасного аудиту є його обов'язкове планування, яке забезпечує своєчасне й ефективне виконання робіт.

Планування є першим і одним з найважливіших етапів будь-якого виду аудиту, у тому числі й операційного, причому головною метою планування в операційному аудиті є надання «ефективних та економічних послуг у визначений проміжок часу» [1: 66]. Це означає, що саме з допомогою планування значною мірою гарантується висока якість та своєчасність проведення аудиторських операційних перевірок.

Операційний аудит може проводитися як зовнішніми, так і внутрішніми аудиторами. Практика показує, що більшою мірою операційні перевірки здійснюють останні, хоча процес планування аудиту є більш формалізованим саме у діяльності зовнішніх аудиторів.

У процесі планування, незалежно від того, який аудит проводиться — зовнішній чи внутрішній, обов'язково складають два основні документи: загальний план і програма перевірки. План, як правило, містить перелік робіт за основними етапами аудиту, а програма — конкретні завдання і процедури перевірки. Програма аудиту — це детальний перелік аудиторських процедур, які повинен виконати перевіряючий з метою збирання доказів для прийняття обґрунтованих аудиторських рішень [2: 29]. Цей документ повинен бути складений у письмовому вигляді: цього вимагають як міжнародні стандарти зовнішнього, так і міжнародні стандарти внутрішнього аудиту. Зазначимо, що ця практика підтримується також національними стандартами аудиту у більшості країн. Наприклад, відповідно до стандарту SAS 22 «Планування і нагляд» (США) аудитор обов'язково перед початком перевірки повинен підготувати програму аудиту. Вона має бути достатньо детальною для того, щоб успішно проінструктувати всіх помічників та асистентів, які беруть участь в аудиторській перевірці.

Після укладення договору розпочинаються роботи першого рівня планування. Призначаються конкретні виконавці, хоча попередньо аудитор оцінює можливості проведення робіт і визначені замовником терміни з урахуванням професійного рівня свого персоналу, його зайнятості в інших перевірках. Також під час укладання договору вирішується необхідність залучення експертів з окремих питань чи помічників аудитора.

Як правило, західні фірми призначають для аудиту групу у складі керівника, старшого аудитора, помічників аудитора (асистентів) та визначають партнерів, один з яких контролюватиме якість виконання робіт.

Існує певна різниця між значеннями терміна «планування», які використовуються у текстах міжнародних стандартів аудиту, а також у повсякденній аудиторській практиці. Згідно з Міжнародним стандартом аудиту (МСА) № 300 «планування» означає розробку загальної стратегії та детального підходу до очікуваного характеру, часу та обсягу аудиту. Планування аудиту має проводитися аудитором відповідно до принципів проведення аудиту, визначених МСА № 100 «Завдання з надання впевненості», МСА № 200 «Мета та загальні принципи перевірки фінансових звітів», а також з урахуванням комплексності, безперервності та оптимальності планування [3].

У підготовці загального плану аудиту (у міжнародній практиці називається плановим меморандумом — Planning Memorandum, PlanMemo) можна виділити три основні етапи:

— попереднє планування, яке включає умови домовленості про аудиторську перевірку (МСА № 210), знання бізнесу клієнта (МСА № 310);

— підготовка та складання загального плану аудиту, визначення стратегії аудиту з урахуванням вимог МСА № 320 «Суттєвість в аудиті», МСА № 400 «Оцінка ризиків та внутрішній контроль», «Аналітичні процедури» (МСА № 520), «Аудиторська вибірка та інші процедури вибіркової перевірки» (МСА № 530), «Використання роботи іншого аудитора» (МСА № 600);

— підготовка та складання програми аудиту — формування аудиторських доказів (МСА № 500).

У діяльності внутрішнього аудиту при проведенні планування керуються іншими стандартами, у першу чергу — Міжнародними стандартами внутрішнього аудиту та корпоративними (внутрішньофірмовими) стандартами.

Згідно з Міжнародним стандартом внутрішнього аудиту (МСВА) № 2010 «Планування» керівник служби внутрішнього аудиту повинен на основі проведеного аналізу ризиків скласти плани, що визначають пріоритети внутрішнього аудиту і відповідають цілям організації. Плани роботи внутрішнього аудиту повинні складатися щонайменше раз на рік.

Планування операційного аудиту апріорі є більш проблемним, ніж планування інших видів аудиту. Як вказує американський вчений У. Ф. Мес'єр, «операційний аудит зазвичай більш складний для виконання, ніж аудит фінансової звітності чи аудит на відповідність, оскільки значно складніше визначати його об'єкти та критерії вимірювання результативності й ефективності процесів» [5: 17]. Тому під час планування операційних аудиторських перевірок дуже уважно підходять до розробки планів, аудиторських завдань і складання інших робочих документів (рис. 1).

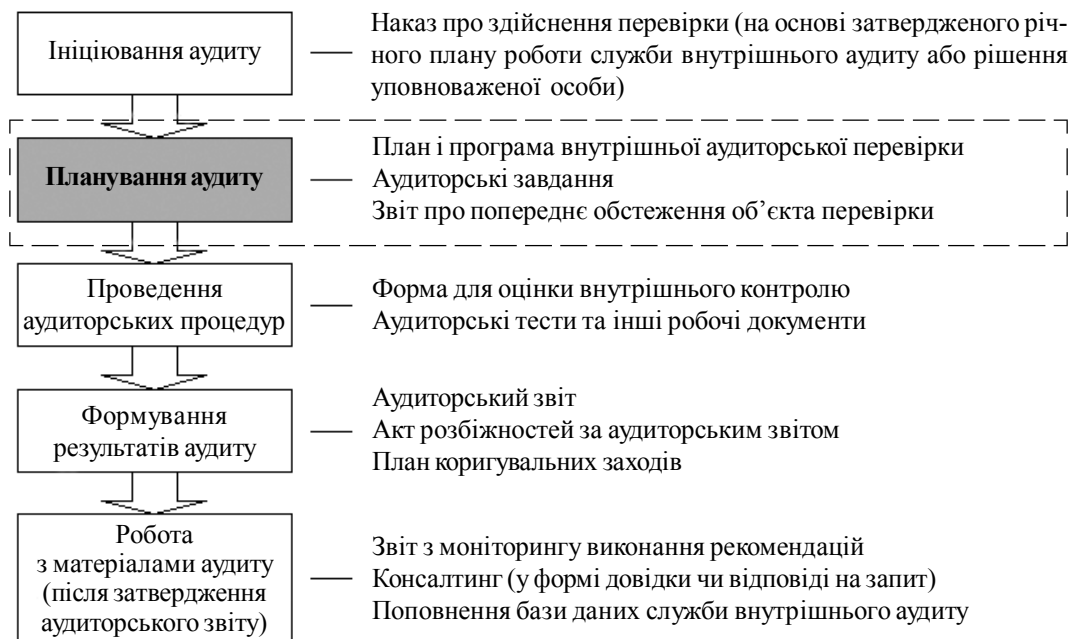


Рис. 1. Основні етапи та робочі документи операційного аудиту.

Зауважимо, що виділення п'яти основних етапів операційного аудиту підтримують не всі. Наприклад, згідно з методикою, що використовується канадськими фахівцями з операційного аудиту, весь процес аудиту розбивається на три фази: планування, дослідження і звітування. Перша фаза — планування — умовно поділяється на два етапи: проведення загального огляду і збирання інформації [6: 13].

Наступною процедурою на етапі загального огляду є вибір напрямів найбільш пильної уваги на наступній, дослідній, фазі:

- визначення «ваги» різних видів діяльності та операцій з погляду залученого персоналу та задіяних ресурсів;
- визначення важливості тих чи інших операцій для забезпечення інтересів покупців, клієнтів та інших зацікавлених сторін;
- вивчення систем вимірювання ефективності та надійності інформаційної бази;
- визначення ключових управлінських процесів, систем, дій та операцій, які впливають на рівень ефективності.

На етапі збирання інформації внутрішні аудитори проводять низку інтерв'ю з відповідними менеджерами і спеціалістами підприємства, здійснюють огляд операцій, вивчають необхідні документи і звіти, а також здійснюють аналітичні процедури, що полягають у зіставленні існуючих умов з такими умовами, які повинні існувати в добре керованій організації [6: 13–14].

На цьому етапі внутрішні аудитори визначають масштаб і можливості здійснення дослідних аудиторських процедур, виявляють симптоми (неявні ознаки) можливих випадків неефективності у здійсненні операцій, а також готують програму аудиту для наступних стадій перевірки.

У практиці планування операційного аудиту, що набула поширення у країнах Центральної та Східної Європи, можна помітити багато схожих рис. Зокрема, для ефективного планування операційної аудиторської перевірки у великих торговельних мережах Німеччини, Австрії, Польщі та Росії часто проводять попередній огляд — обстеження об'єкта аудиту (бізнес-процесу чи окремої групи операцій). Завданням такого обстеження є вивчення фактичних цілей підконтрольного бізнес-процесу, його структури та змін, що відбулися у ньому з моменту проведення попередньої перевірки. Також приділяється належна увага оцінці рівня суттєвості підконтрольного бізнес-процесу, що дозволяє об'єктивно визначати наслідки неефективності цього процесу для компанії в цілому.

За підсумками отриманої інформації про підконтрольний бізнес-процес керівник служби внутрішнього аудиту приймає рішення про подальше проведення аудиту чи відмову від перевірки. При цьому рішення про відмову від проведення перевірки і причини цього рішення повинні бути доведені до особи, яка ініціювала таку перевірку.

У випадку прийняття позитивного рішення про подальше здійснення перевірки бізнес-процесу, аудитор повинен точно визначити ключові аспекти аудиту (включаючи строки та масштаб перевірки) і проінформувати всіх зацікавлених осіб.

Аудитор повинен чітко розуміти сам і детально пояснити власнику й учасникам підконтрольного бізнес-процесу мету і завдання перевірки, що незабаром повинна початися. Точне визначення цілей і сфери аудиту знижує ризик ненавмисного зміщення фокусу уваги аудитора на менш важливі, другорядні питання.

За підсумками вивчення внутрішніх нормативних документів процесу, що аналізується, та інтерв'ю з його власником і учасниками, аудитор повинен оцінити, наскільки цілі, формалізовані у регламентах, положеннях та інших документах, відповідають стратегії розвитку компанії і загальним правилам цілеутворення. Крім цього, аудитор повинен оцінити

критерії, які використовуються менеджментом для визначення ефективності й економічності бізнес-процесів. Зауважимо, що в процесі планування внутрішні аудитори можуть визначати вимоги і критерії оцінки якості у декількох сферах (табл. 1).

Таблиця 1

## Сфери відповідальності та критерії операційного аудиту\*

№ з/п	Сфера відповідальності	Критерії операційного аудиту
1	Інформація про результати діяльності та ефективність	1.1. Інформація про результати діяльності, що підлягають кількісному вимірюванню та оцінці 1.2. Інформація про результати діяльності, що не підлягають кількісному вимірюванню та оцінці 1.3. Інформація про якість (рівень) обслуговування споживачів 1.4. Інформація про використання активів 1.5. Використання звітності та інших джерел інформації для прийняття управлінських рішень
2	Забезпечення ефективності діяльності	2.1. Існуючі альтернативи у постачанні і логістиці 2.2. Існуючі методи операційної діяльності 2.3. Використання нових технологій та засобів автоматизації 2.4. Заходи щодо зниження витрат та економії коштів
3	Системи і процедури управління	3.1. Стратегічні плани 3.2. Операційні плани 3.3. Фінансові плани і бюджети 3.4. Системи моніторингу і контролю операційної діяльності
4	Середовище виконання робіт	4.1. Ефективність як пріоритет у прийнятті рішень 4.2. Клієнтоорієнтованість та політика впровадження якісного сервісу 4.3. Система розподілу управлінської відповідальності 4.4. Діяльність персоналу у контексті виконання колективної трудової угоди 4.5. Навчання персоналу і розвиток

\* Складено на основі матеріалів Офісу Головного Аудитора Канади.

На думку внутрішніх аудиторів, наведене вище формулювання є недостатньо конкретним і не визначає:

- хто повинен розраховувати розмір партії товарів, що постачаються;
- якими є критерії оцінки якості товарів;
- які документи або відповідальні особи визначають строки поставок тощо.

Крім того, відсутня ціль з постачання товарів за найнижчою ціною, що не дозволить оптимізувати витрати торговельного підприємства.

Для забезпечення виконання плану і програми аудиту надзвичайно важливо організувати і проводити постійний контроль якості операційного аудиту, який має місце на всіх наступних етапах аудиту до моменту його завершення. Згідно з вимогами МСВА № 1300 «Програма гарантування і підвищення якості внутрішнього аудиту» керівник служби внутрішнього аудиту повинен розробити і реалізовувати програму гарантування і підвищення якості, яка охоплює всі аспекти внутрішнього аудиту і відслідковує його ефективність на всіх етапах [4].

Для виконання такої програми періодично проводяться зовнішні (з боку незалежних аудиторів) і внутрішні оцінки якості внутрішнього аудиту, а також здійснюється поточний моніторинг виконання аудиторських завдань. Усі ці зусилля спрямовуються на те, щоб допомогти службі внутрішнього аудиту приносити максимальну користь компанії, особливо у напрямі операційного менеджменту.

Отже, планування операційного аудиту та забезпечення контролю якості покликані допомогти службі внутрішнього аудиту або групі незалежних (зовнішніх) аудиторів максимально задовольнити запити і потреби керівництва компанії, сприяти виявленню та ліквідації недоліків у бізнес-процесах, допомагати краще організувати аудиторські перевірки і досягти високого рівня узгодженості дій аудиторів та персоналу компанії.



---

**Література**

1. Додж Р. Краткое руководство по стандартам и нормам аудита: Пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, ЮНИТИ, 1992. — 240 с.
2. Robertson J. C., Louwers T. J. Auditing and assurance services, 10th ed. — Boston: Irwin/McGraw-Hill, 2002. — 728 p.
3. Стандарти аудиту, надання впевненості та етики Міжнародної федерації бухгалтерів. — К.: Аудиторська палата України, 2006.
4. International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing. — Altamonte Springs, FL.: IIA, 2005.
5. Messier W. F. Auditing and assurance services: a systematic approach, 3rd ed. — Boston: Irwin/McGraw-Hill, 2003. — 796 p.
6. Auditing of Efficiency: Office of the Auditor General of Canada. — Ottawa, October 1995.

## ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*У статті аналізується середовище розвитку туристичного підприємництва в Україні та визначаються найважливіші заходи подолання перешкод за допомогою ефективного механізму державного регулювання, який повинен реалізовуватися комплексно на загальнодержавному та регіональному рівнях.*

Важливою передумовою успішного розвитку туристичного підприємництва в країні є створення ефективного механізму його державного регулювання. В Україні середовище функціонування туристичного підприємництва далеко не повною мірою відповідає вимогам ринкової економіки і є несприятливим для його успішного розвитку. Зважаючи на визнання туризму як однієї з пріоритетних галузей національної економіки, питання ефективного державного регулювання туристичної галузі, і зокрема туристичного підприємництва, є особливо актуальним.

Проблему державного регулювання туристичного підприємництва досліджували у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова, В. К. Бабарицька, І. Т. Балабанов, І. В. Валентюк, О. Ю. Малиновська, М. П. Мальська, Т. І. Ткаченко, І. М. Школа та інші, які визначали широке коло проблем розвитку туристичного підприємництва в Україні та за кордоном і пропонували заходи щодо подолання перешкод.

Основною метою дослідження є формування ефективного механізму регулювання туристичного підприємництва на основі виділення основних проблем розвитку туристичного бізнесу в Україні.

Туристичне підприємництво в Україні сьогодні стикається з великою кількістю перешкод, що гальмують його розвиток. Основною причиною цього є відсутність виваженої та послідовної державної політики, яка б відповідала визначеним принципам стратегічного розвитку туристичної галузі та нормам чинного законодавства. Основною метою державного регулювання має бути створення сприятливих умов для розвитку підприємств туристичної галузі через забезпечення оптимального співвідношення між державним регулюванням та ринковим саморегулюванням. Насправді ж ми спостерігаємо суттєві розбіжності у рішеннях на загальнодержавному рівні та органів місцевого самоврядування, що дуже негативно впливає на туристичний бізнес.

У 2006 році в туристичній і курортній сферах працювало 8,7 тис. підприємств, у тому числі 4,3 тис. — туристичні компанії (туроператори і турагенти), 1,2 тис. — готелі та інші місця короткотермінового проживання, 3,3 тис. — санаторно-курортні заклади. Видано 1637 ліцензій, у тому числі 1095 — на турагентську, 435 — туроператорську діяльність. Анульовано 101 ліцензію, 126 визнано недійсними [1]. Загалом простежується тенденція до активізації ділової активності у туристичному бізнесі, проте темпи зростання є недостатніми за умов бурхливого розвитку туристичної галузі у світі.

Проблем, які стримують розвиток туристичного бізнесу в Україні, дуже багато. Фахівці умовно поділяють усі загрози для бізнесу на внутрішні та зовнішні [2]. Внутрішні, або суб'єктивні, — це такі, що безпосередньо залежать від діяльності самого підприємства, його управлінського персоналу. Зовнішні, або об'єктивні, загрози не залежать від діяльності підприємства та зумовлені політичною нестабільністю, фінансово-економічною діяльністю державних органів, несприятливою державною політикою, економічними кризами в країні тощо.

Одним із найважливіших чинників забезпечення сприятливих умов розвитку туристичного підприємництва є нормативно-правова база, яка в Україні є неоднознач-

ною та суперечливою, що призводить до того, що бізнес загалом і туристичний бізнес зокрема є незахищеними перед недобросовісною конкуренцією та безпідставними претензіями з боку органів контролю (усього в Україні таких органів більше п'ятдесяти). Зокрема, багато невизначеностей, як наслідок суперечливості законодавства, можна простежити у взаємовідносинах туристичних фірм та Комітету з захисту прав споживачів. Згідно із Законом України «Про туризм» та укладеним договором між турагентом і туроператором саме туроператор несе відповідальність перед туристом за виконання взятих на себе з обов'язань відповідно умов цього договору. Комітет з захисту прав споживачів у своїй діяльності керується Законом України «Про захист прав споживачів», згідно з нормами якого відповідальність перед туристом повинен нести турагент, оскільки саме з ним турист вступає у відносини. Тобто відповідальність турагентів і туроператорів перед клієнтом по-різному регламентують одразу два законодавчі акти, що мають однакову юридичну силу. І таких прикладів в українському законодавстві можна знайти дуже багато.

Проблемою є також реалізація нормативно-правових документів на практиці, адже часто прийняті законодавчі акти мають суто декларативний характер і не забезпечують до покращання існуючої ситуації. Тому важливим є здійснення заходів з відстеження результативності регуляторних актів.

В Україні діє недосконалий механізм статистичного обліку кількості іноземних туристів, який безпосередньо впливає на точність визначення обсягів прибутку суб'єктів господарювання в туристичній сфері, що обмежує ефективність регулювання. Кількість іноземних туристів визначають через факт перетину ними кордону. Причому не враховується досвід європейських країн, де статистичний облік туристів ведеться комплексно: за даними прикордонних служб та закладів розміщення, враховуючи кількість ліжкодіб. Проблемою впровадження такої методики в Україні є її «невигідність» для готельних комплексів та інших закладів розміщення, рівень тінізації яких є дуже високим. У готельному бізнесі розрахунки часто проводяться у готівковій формі, що дозволяє приховувати значні прибутки. Для прикладу, за оцінками Департаменту рекреаційного комплексу і туризму Одеської міської ради, завантаженість місцевих готелів у літній період становить 95 %, а самі готелі подають у звітності показники, трохи вищі або на рівні встановлених законодавством норм, сплачуючи з кожного зареєстрованого клієнта 1,7 грн. за добу готельного збору [3]. Звичайно, органи місцевого самоврядування планують розроблення ефективної системи обліку доходів готелів, адже це дозволить збільшити податкові надходження у місцевий бюджет, проте реальних заходів не впроваджено, що дозволяє і далі закладам розміщення та іншим суб'єктам господарювання у туристичній сфері проводити свою діяльність у тіні.

Податкові навантаження також суттєво погіршують умови діяльності туристичних підприємств в Україні. За оцінкою фахівців Світового банку Україна посідає 151 місце серед 155 країн за рівнем податкового навантаження [4]. У більшості країн ЄС існують як базова, так і зменшена ставка ПДВ. Для готельного і ресторанного бізнесу вона майже скрізь удвічі або втричі менша, ніж базова ставка. В Україні ж ставка ПДВ для туристичних підприємств залишається на базовому рівні. Україна разом із Польщею виборола можливість проведення у 2012 році фінальної частини чемпіонату Європи з футболу, і питання якості та ціни готельних послуг займають не останнє місце, тому варто перейняти польський досвід, де при 22 % базового ПДВ в готелях і ресторанах справляють лише 7 % [5].

Реального збільшення доходів можна досягти лише за рахунок стимулювання розвитку туристичних підприємств, що може на порядок збільшити обсяги туристичної індустрії і дасть змогу бізнесу отримувати достатні доходи, щоб платити нормальні зарплати персоналу та сплачувати податки. Зважаючи на взаємозалежність туристичної галузі та інших галузей економіки, досить складно визначити точну суму податкових

надходжень у державний бюджет від суб'єктів господарювання. За оцінкою фахівців, туристична сфера приносить близько 4 млрд. дол. у бюджет у вигляді податків на рік [6: 1].

Державою не створюються умови для забезпечення достатнього рівня конкурентоспроможності туристичного продукту через інфраструктурне забезпечення туристичної галузі. Фірма може надавати якісний рівень туристичних послуг у межах своєї компетенції та сфери впливу, наприклад, забезпечити перевезення туриста на комфортабельному транспортному засобі, але якість доріг, їх завантаженість безпосередньо залежать від держави, тому інфраструктура туризму повинна бути на належному рівні та займати важливе місце в державній туристичній політиці для забезпечення сприятливих умов розвитку туристичного бізнесу та зростання рівня конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Розвиток туристичної інфраструктури вимагає значних капіталовкладень, тому на початковому етапі важливо першочергово розвивати туристичну інфраструктуру у межах міжнародних транспортних коридорів, де найбільші обсяги туристичних потоків та відповідно швидший термін окупності інвестиційних проектів.

Важливими є розроблення економічної моделі співпраці державних та комунальних закладів культури, природних заповідників, лісових господарств, державного транспорту та туристичного бізнесу, створення єдиної державно-громадської системи популяризації туристичного потенціалу України за кордоном. З державного бюджету України у 2006 році зовсім не було виділено коштів на створення позитивного іміджу України та пропагування її туристичних можливостей. Досі малопоширеною є практика відкриття представництв Державного комітету з туризму за кордоном, які б могли стати ефективним носієм інформації про країну. Натомість громадянин нашої країни легко може знайти у вітчизняній пресі інформацію про туристичні принади Польщі (м. Гданськ, м. Вроцлав), Туреччини, Чехії, Румунії — країн, які активно себе позиціонують на світовому туристичному ринку, привертаючи таким чином увагу іноземного туриста і розвиваючи іноземний туризм як найприбутковіший вид туризму. У комунікаційній туристичній політиці важливу роль відіграє Internet, що дозволяє донести інформацію про країну чи регіон до більшості жителів планети. Позитивним моментом є те, що Державна служба туризму і курортів, управління культури туризму обласних державних адміністрацій, відділи туризму органів місцевого самоврядування, спеціалізовані громадські організації на своїй сайтах розміщують інформацію про ті чи інші заходи, які відбуватимуться у місті або в регіоні. Наприклад, Львівська асоціація розвитку туризму розміщує на своєму сайті «Календар культурних та туристичних подій Львівщини», що звичайно ж привертає більшу увагу туриста і стимулює його до подорожі.

Для розвитку туристичного бізнесу в сучасних умовах участь у виставках регіонального, внутрідержавного та міжнародного характеру є дуже важливою. Україна у 2006 році не організувала жодної виставки з іноземного туризму. Звичайно у виставковій діяльності певні зрушення відбуваються. Все більшої популярності набувають щорічні виставки UITT «Україна — подорожі та туризм». Консолідатором національних стендів України на міжнародних туристичних виставках є Національна туристична організація, діяльність якої поки що не можна визначити на задовільному рівні, оскільки вона в основному обмежується поширенням інформації про міжнародні туристичні виставки на поточний рік.

Набуття управлінського досвіду у ще молодій туристичній галузі також не стимулюється державою. Дуже важливою є участь представників туристичної діяльності у різноманітних семінарах, тренінгах, які б проплачувались повністю або компенсувались частково за кошти державних чи місцевих бюджетів, адже такі семінари є достатньо дорогими і часто фінансово недосяжними для представників малого та середнього туристичного бізнесу. Для прикладу, престижною й дуже корисною була б участь в

організовуваних ONWTO (Всесвітньою туристською організацією Об'єднаних Націй) серіях семінарів TOURCOM (туризм і комунікації).

Політика ціноутворення туристичних підприємств, зокрема закладів розміщення, також бажає кращого. Якщо взяти для прикладу готельний бізнес, то тут ціна послуг визначається здебільшого на основі цін конкурентів. Як наслідок, клієнт не завжди отримує належний рівень послуг з оптимальним співвідношенням «ціна-якість». Доцільно використовувати методику, згідно з якою ціни на готельні послуги визначаються, враховуючи фактичні витрати готельного комплексу та кількість ліжокднів у поточно-му періоді. Це враховуватиме рівень завантаженості та дозволить готелю більш об'єктивно визначити вартість послуг.

Організаційно-управлінський механізм регулювання туристичного підприємництва протягом останніх двох років зазнав суттєвих якісних змін, проте вимагає вдосконалень. Необхідно розширювати функціонування консультативних органів при Державній службі туризму і курортів, які б надавали інформаційну підтримку суб'єктам туристичного бізнесу.

У несприятливих умовах розвитку підприємництва діяльність туристичних фірм не є прозорою. Більшість підприємств здійснює свою діяльність не в правовому полі. Під час чергових перевірок понад 80 % фірм контролюючі органи виявляють порушення чинного законодавства. Одним із найхарактерніших порушень є відсутність необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про надання туристичних послуг, а, як відомо, така інформація дозволяє споживачу зробити свідомий вибір та обрати саме ті послуги, які йому необхідні. Дуже негативним є той факт, що кожна десята фірма здійснює туристичну діяльність без ліцензії, що визначено обов'язковим згідно зі статтями 17, 20, 24 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм».

На основі зазначених перешкод розвитку туристичного бізнесу можна виділити такі важливі заходи державного регулювання у сфері туристичного бізнесу:

- удосконалення нормативно-правової бази, зокрема через прийняття Кодексу туризму, який би регламентував усі сторони туристичної діяльності та не допускав суперечностей і неоднозначності в трактуванні його норм;
- систематичне здійснення заходів з відстеження результативності регуляторних актів у туристичній сфері;
- розроблення ефективної методики розрахунку обсягів туристичної діяльності з урахуванням досвіду зарубіжних країн;
- розвиток туристичної інфраструктури, зокрема в межах міжнародних транспортних коридорів (розбудова туристичних коридорів);
- зростання обсягів фінансування комунікаційних заходів формування позитивного туристичного іміджу країни;
- сприяння участі вітчизняних суб'єктів господарювання туристичного бізнесу у виставкових заходах, особливо міжнародного статусу, семінарах, тренінгах;
- вдосконалення методики ціноутворення туристичних підприємств, зокрема в готельному бізнесі;
- інформаційна підтримка суб'єктів туристичного бізнесу через консультативні органи Державної служби туризму і курортів;
- ліквідація тіньової сфери діяльності підприємств туристичної сфери.

Вирішення проблем розвитку туристичного підприємництва та реалізація окреслених заходів можливі через механізм державного регулювання, який побудований на принципах комплексності, ефективності, економічності, чіткого розмежування повноважень між центральними та місцевими органами державної влади.

Для налагодження ефективного механізму державного регулювання туристичного підприємництва важливою є співпраця органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських і професійних організацій та самих підприємницьких структур. Для

прикладу, Асоціація туроператорів України періодично розробляє нормативно-правові документи, затвердження яких сприяло б розвитку туристичного підприємництва. Державним законодавчим та виконавчим органам потрібно більше дослухатись до рекомендацій самих туристичних підприємств та громадських об'єднань, які з практичної точки зору бачать найбільш ефективні способи вирішення існуючих проблем. Крім того, в умовах бурхливого розвитку міжнародного туризму необхідно проводити узгоджену туристичну політику з Європейським Союзом та іншими стратегічними країнами в плані визначення безвізового режиму пересування туристів, кадрової міграції тощо.

Механізм державного регулювання туристичного підприємництва реалізується через такі складові [7, 12]:

- організаційні;
- економічні.

Організаційні механізми передбачають: розроблення державної політики розвитку туризму, політику щодо територіального розміщення і нарощення туристичного потенціалу; систему захисту і підтримки підприємств галузі; експертну оцінку туристичного потенціалу; національну систему бронювання, інвестиції; членство в міжнародних спеціалізованих організаціях; формування позитивного туристичного іміджу держави загалом та окремих її регіонів тощо.

Економічні механізми охоплюють: ліцензування; стандартизацію; сертифікацію; кредитування; митні та податкові пільги тощо.

В умовах адміністративної реформи, децентралізації та деконцентрації державної влади необхідна передача частини повноважень державним органам на місця, які здатні оперативніше вирішувати проблеми туристичної галузі та впроваджувати заходи для більш ефективного використання туристичного потенціалу регіону. Причому така передача повноважень не повинна дублювати майнову відповідальність суб'єкта господарювання перед центральними та місцевими органами державної влади, не допускати подвійного оподаткування та надмірних контрольних перевірок.

Отже, перешкод розвитку туристичного підприємництва є дуже багато, що вимагає впровадження багатьох заходів на загальнодержавному та регіональному рівнях. Проте основною умовою розвитку туристичного підприємництва є створення сприятливого підприємницького середовища через ефективний механізм державного регулювання, який би узгоджував загальнодержавну та регіональну туристичну політику, комплексно використовував регуляторний інструментарій для підтримки туристичних підприємств. Лише за таких умов туристичне підприємництво може стати каталізатором соціально-економічного розвитку країни та її регіонів.

### Література

1. Украинская туристическая газета: Ежемесячное информ. издание. — 2007. — № 3 (30) 12 марта — 9 апреля.
2. Новости турбизнеса: Всеукр. журнал / Глав. ред. Т. М. Козлова — К., 2005. — № 2 (28).
3. <http://glasweb.com/index.php/default/>
4. [http://www2.pravda.com.ua/news\\_print/2006/8/11/45982.htm](http://www2.pravda.com.ua/news_print/2006/8/11/45982.htm)
5. <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/>
6. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: Автореф. дис... к. н. з держ. управління / Національна академія державного управління при Президентові України. Одеський регіональний інститут державного управління. — Одеса, 2005. — 20 с.
7. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: Автореф. дис... к. н. з держ. управління / Національна академія державного управління при Президентові України. Київський регіональний інститут державного управління. — К., 2005. — 20 с.

УДК 620.2.664

*Боляновська Д. С., Стефанюк Є. М., Середа С. А., Бурак Є. І.***СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ОЛІЇ В УКРАЇНІ**

*У статті аналізується стан ринку соняшникової олії в Україні і проблеми його розвитку. Проаналізовано виробництво і використання (споживання) соняшникової олії в Україні і світі.*

В економіці нашої країни значне місце належить продукції виробничо-технічного призначення, однією з галузей якої є олійно-жирова, зокрема виробництво соняшникової олії.

В Україні діє 30 великих олійних комбінатів і заводів, 418 олійних цехів, науково-дослідний інститут у м. Харкові. Найвища концентрація галузі зосереджена в Донбасі, Придніпров'ї, Кіровоградській області — в основних місцях вирощування олійних культур [6].

Соняшникова олія широко використовується в харчуванні (кулінарії, хлібопеченні, виробництві маргарину, майонезу, у консервній промисловості тощо) та має певне технічне призначення: використовується для виготовлення фарб, лаків, водонепроникних тканин, мила та іншої продукції.

Харчова цінність рослинної олії, зокрема соняшникової, зумовлена високим вмістом поліненасичених жирних кислот, найбільше — лінолевої (68 %) і ліноленової, які в організмі людини не синтезуються. За біологічним впливом на організм людини вони прирівнюються до біологічно активних речовин, а разом з арахідоною кислотою складають вітамін F. Вітамін E, що міститься в рослинній олії, нормалізує обмін білків, жирів, вуглеводів, стимулює м'язову діяльність, вироблення гормону щитоподібної залози. Добову потребу в лінолевої кислоті забезпечує 25–30 г олії соняшникової.

Поліненасичені жирні кислоти є структурними елементами клітинних мембран. Вони підвищують опірність організму до інфекцій та радіації, беруть участь в обміні речовин, сприяють нормалізації холестерину, стимулюють його окиснення та виведення з організму [1]. Ці біологічно активні речовини не лише регулюють процеси життєдіяльності, але й позитивно впливають на адаптацію людини до екологічного впливу довкілля, яке постійно змінюється.

Вченими доведено, що нестача рослинної олії в харчовому раціоні приводить до передчасного старіння організму [1].

Цілющі властивості соняшникової олії широко використовуються в народній медицині для лікування хронічних захворювань шлунка, кишківника, печінки, легенів, а також як засіб профілактики атеросклерозу, інфаркту міокарда та інших захворювань серцево-судинної системи.

Як технічна сировина рослинні олії можуть використовуватися у виробництві біодизеля для заправки двигунів тракторів у сільському господарстві. Це має надзвичайне значення на перспективу. Як відомо, природні ресурси нафти і газу постійно зменшуються і потрібно шукати альтернативні джерела цим важливим енергоресурсам. Щодо України, то вона має унікальні можливості у вирішенні цієї проблеми за рахунок олії, тим більше, що використання біодизельного палива має потенційну здатність росту, як відновлюваний ресурс, що не завдає шкоди екології.

Водночас, ринок виробничо-технічної продукції, зокрема соняшникової олії, в Україні має певні проблеми і вимагає всебічного вивчення й аналізу. Необхідно виявити пріоритетні напрями розвитку, враховуючи актуальність, народногосподарське та соціальне значення цієї проблеми.

У різні періоди розвитку ринкові відносини характеризуються певною специфікою, але при цьому основною з характеристик залишається співвідношення між попитом і пропозицією. Особливість регулювання цієї відповідності полягає в тому, що вона не може бути постійною, її доводиться формувати кожного разу на іншій кількісній і якісній

основі. Вирішення її в Україні залежить від багатьох чинників. Перш за все ефективність олійно-жирового підприємства значною мірою залежить від потужності підприємства, забезпеченням його сучасним технологічним обладнанням, місця розташування підприємства (відстанні від джерел сировини, портів і західних кордонів).

Зараз ці проблеми вирішуються введенням у дію нових олійно-жирових потужностей у Дніпропетровській, Кіровоградській, Запорізькій областях. Зокрема, у 2004 році почав працювати Миколаївський завод рослинних олій, найближчим часом передбачається ввести в дію й інші олійні заводи в цьому регіоні. Основні провідні фірми: «Чумак», «Олейна», «Торчин продукт» та інші — впровадили у виробництво сучасні технології, нове обладнання сучасних зарубіжних фірм: «А Джонсон енд компані» (Англія), «Шредер» (Німеччина), «Альфа-Анваль» (Швеція), а також обладнання для фасування і пакування олії, маргарину тощо.

Із впровадженням нових технологій виробництва поліпшується якість продуктів, розширюється асортимент жиромістких продуктів, товари користуються підвищеним попитом у населення. Завдяки цим впровадженням українська соняшникова олія є тепер конкурентоспроможною не лише на батьківщині, не лише в країнах СНД, а й у країнах близького і далекого зарубіжжя. Так, Дніпропетровський олієекстрактний завод постачає рафіновану соняшкову олію «Олейна» в одинадцять країн світу, у тому числі в розвинуті, зокрема США [2].

Вивчення проблем ринку соняшникової олії в нашій країні особливо актуальне зараз, коли Україна будує ринкову економіку.

Соняшкову олію, як і інші рослинні олії, виготовляють рафінованою, гідратованою і нерафінованою. Завдяки регіональним особливостям і вищій біологічній цінності продукту в Україні донедавна переважало виробництво і споживання нерафінованої соняшникової олії. У 2003 році виробництво нерафінованої олії складало 1256,9 тис. т, а у 2005 році — 1353,0 тис. т [5]. Основними регіонами виробництва нерафінованої олії є: Донецький, Запорізький, Кіровоградський, Харківський, Одеський, Дніпропетровський (рис. 1). Більшість країн світу (США, Великобританія, Франція та ін.) споживають лише рафіновану олію, і тому з метою розширення ринку (збільшення експорту) цього товару в останні роки в нашій країні збільшено виробництво рафінованої олії [3], хоча

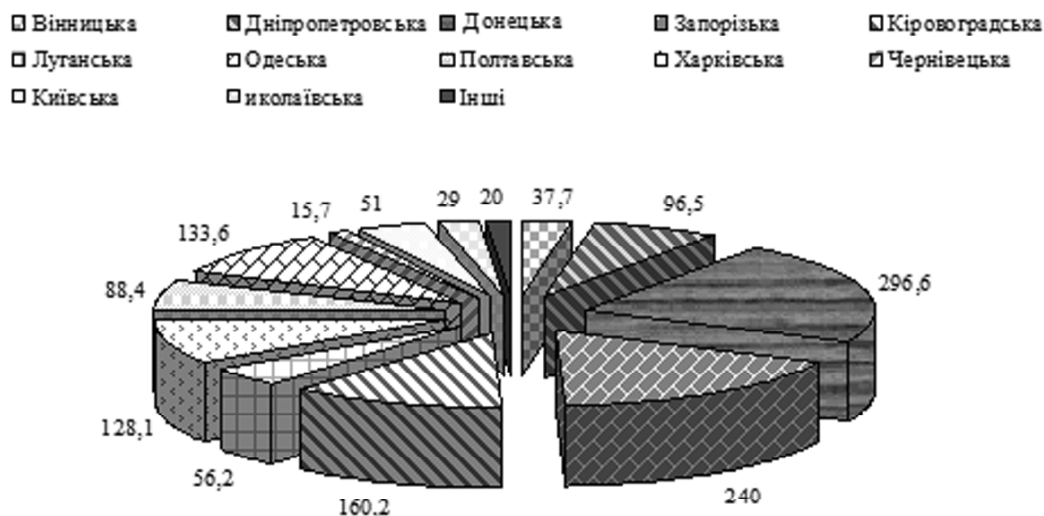


Рис. 1. Структура виробництва нерафінованої олії основних виробників в Україні у 2005 році, тис. т [5].



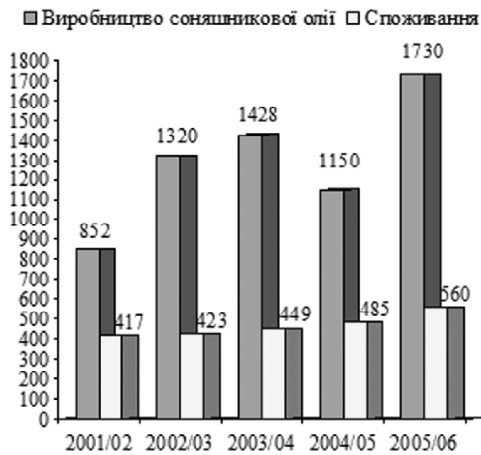


Рис. 2. Динаміка виробництва і споживання олії в Україні, тис. т.

одну особу. За період 2001–2006 років спостерігається поступове зростання цього показника (рис. 3). Одним із чинників стимулювання росту споживання соняшникової олії на одну особу в країні є реклама про високі споживні, дієтичні і лікувальні властивості цього продукту, однак гальмом росту його є поступове зростання цін.

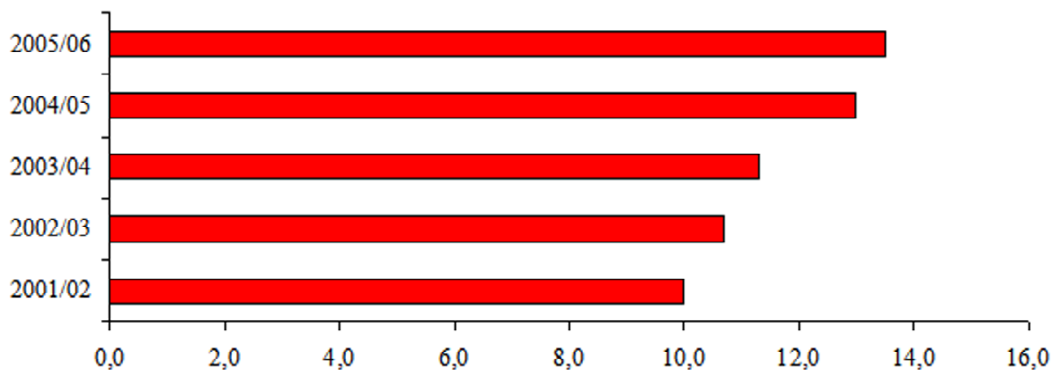


Рис. 3. Динаміка споживання соняшникової олії на одну особу в Україні за період 2001–2006 рр., кг.

Особливо значних змін зазнав за аналогічний період експорт соняшникової олії, який зріс майже в 2 рази і становив від загального обсягу виробництва 67,6 % (рис. 4). Якщо в сезон вересень–серпень 2001/2002 року в ЄС потрапляло дещо більше 25 % українського експорту соняшникової олії, то у 2005/2006 роках майже половина (рис. 4). Крім ЄС, у сезон 2005/2006 року за рахунок України збільшили свій імпорт такі країни, як Туреччина, Саудівська Аравія, Єгипет та деякі інші. Поштовхом до цього було збільшення врожаю соняшнику, виробництва олії, розширення географії імпортерів, швидкі темпи розвитку переробної промисловості, у тому числі із залученням іноземних інвестицій, причому переробка соняшникового насіння частково перемістилася на українську територію, а масовий експорт соняшникової сировини в Європу — залишився попереднім і таким чином була вирішена основна проблема українського олійно-жирового ринку.

Дуже важлива проблема ринку соняшникової олії полягає в неузгодженості вимог до окремих показників якості між вітчизняними і міжнародними нормативними документами. У вітчизняних нормативних документах відсутні вимоги щодо вмісту масової

частки в гідрогенізованих рослинних оліях і маргаринах трансізомерів олеїнової кислоти, хоча всім відомий їх небезпечний вплив на організм людини. З метою забезпечення подальшого зростання споживання рослинних олій та продуктів, виготовлених на їх основі, необхідно широке впровадження процесів фракціонування, глибокої гідратації і переетерифікації на підприємствах галузі та якнайшвидше розроблення нормативно-технічної документації з урахуванням запропонованих вище пропозицій з метою максимального обмеження трансізомерів олеїнової кислоти в цих продуктах.

Таким чином значно підвищиться якість української олії і продуктів на її основі та будуть створені кращі для України умови ринку соняшникової олії.

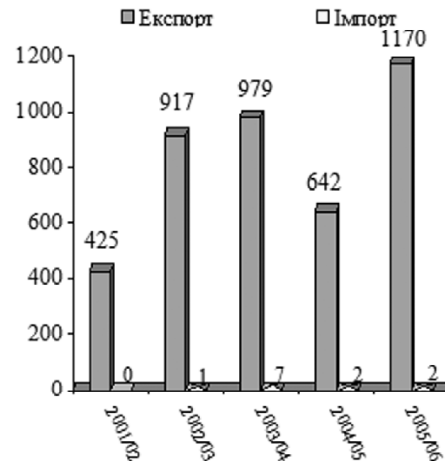


Рис. 4. Динаміка експорту, імпорту соняшникової олії в Україні, тис. т.

### Література

1. Азбука харчування. Рациональное харчування / Ред. Г. І. Столматова, І. О. Мартинюк. — Львів: Світ, 1991. — 200 с.
2. Положение на мировом рынке подсолнечника и продуктов его переработки // Бюл. иностранной коммерческой информации. — 2002. — № 52. — С. 6–8.
3. Бюллетень иностранной коммерческой информации. — М., 2006. — № 22–23. — С. 6–12.
4. Географическое распределение экспорта подсолнечного семени и продуктов его переработки России и Украины // Бюл. иностранной коммерческой информации. — 2006. — № 37. — С. 7–10.
5. Статистичний щорічник України за 2005 рік. — К.: Консультант, 2006. — С. 142, 150–151, 158, 163.
6. Черняк Л. Г., Клиновий Д. В. Розміщення продуктивних сил України. — Київ: ЦУЛ, 2002. — 728 с.

УДК 334.012.64

Цегелик Г. Г., Лукань Л.

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Розглядаються аналіз стану розвитку малого бізнесу в Україні, його роль в економічному та соціальному зростанні, а також проблеми, з якими доводиться стикатися бізнесовим структурам у процесі свого становлення та функціонування. Обґрунтовується необхідність державного регулювання та державної підтримки розвитку малого підприємництва.*

Для України, яка перебуває на шляху до вступу в ЄС, проблема прискорення ринкових перетворень стоїть надзвичайно гостро. За таких умов активізація підприємницької діяльності може спричинити суттєві позитивні зрушення у структурі валового внутрішнього продукту, зайнятості населення країни, попиту і пропозиції товарів та послуг на національному ринку.

Підприємництво відіграє значну роль у процесі формування ринкових відносин, будучи рушійною силою соціально-економічного розвитку як окремих регіонів, так і держави в цілому.

Особливо ефективним засобом вирішення першочергових завдань трансформаційної економіки є зростання в розмірах та збільшення ваги сектора малого підприємництва. Його роль для перехідного етапу неможливо переоцінити.

Важливе значення малого бізнесу в економіці, що розвивається, зумовлене тим, що він є досить значною і суттєвою її структурною частиною, фундаментом, базою та інтегральним елементом конкурентного ринкового механізму. Без його розвитку та участі у перетворювальних процесах, а також дієвого функціонування, неможливий розвиток ринкової економіки в цілому, адже він потенційно здатний ефективно вирішувати найгостріші економічні та соціальні проблеми перехідного періоду.

Малий бізнес у ринковій економіці виступає провідним сектором, який визначає темпи економічного і соціального розвитку країни, структуру і якість валового національного продукту, рівень демократизації суспільства. Його розвиток є найефективнішим засобом пом'якшення соціальної напруженості та ослаблення майнової нерівності в суспільстві. Малому підприємству необхідно відвести одне з провідних місць у проблемі досягнення стабільності фінансової системи.

Протікаючи у часі, процес становлення та розвитку підприємництва зумовлюється тим станом економіки країни, де він відбувається. Характерними ознаками сучасної економіки України є:

- падіння рівня виробництва;
- скорочення обсягів валового національного продукту та національного доходу;
- скорочення кількості робочих місць та зростання рівня безробіття;
- зниження життєвого рівня населення.

Отже, вітчизняні малі підприємства змушені працювати в реаліях сьогодення — невизначеній і важкопрогнозованій економічній та політичній ситуації. Становлення малого підприємництва в Україні відбувається в динамічних частозмінюваних умовах.

Тобто, незважаючи на наявні позитивні тенденції, які набирають силу останнім часом, аналіз стану розвитку малого підприємництва України свідчить про те, що суттєвих зрушень у розвитку цього сектора економіки ще не відбулося, а останнім часом ситуація навіть погіршується. Про це свідчать також дані анкетування керівників малих підприємств [1]. Серед головних перешкод розвитку малого підприємництва названо: високі податкові ставки (95 % опитаних), велику кількість різних податків (82 %), часті зміни податкової звітності (70 %), нестабільне законодавство (60 %), труднощі

з одержанням кредитів (16 %). Узагальнення інформації, наданої підприємцями, свідчить, що відбувається постійне зростання сегмента економічної діяльності, який перебуває в «тіні».

На сьогодні сектор малого бізнесу в Україні ще не достатньо розвинутий, а тому не може повною мірою виконувати функції, які покладає на нього суспільство. Його розвиток відбувається нерівномірно й хаотично. Неприятливе макро- та мікроекономічне середовище породжує численні перешкоди, на які наштовхуються малі підприємства у процесі їхнього функціонування. Серед них можна виділити такі:

- загальна довготривала криза економіки. На тенденції розвитку малого підприємництва безпосередньо впливає негативна динаміка основних макроекономічних показників. Постійний спад ВВП призводить до зменшення внутрішніх фінансових ресурсів держави, обігових коштів у суб'єктів підприємницької діяльності, зниження купівельної спроможності населення України;

- відсутність достатнього стартового капіталу, власних фінансових ресурсів, сировини, матеріалів, приміщень та обладнання. Фірми змушені в основному покладатися на власні кошти та капітал приватних осіб;

- нерозвиненість ринку нерухомості. Малим підприємствам катастрофічно не вистачає офісних приміщень. Орендна плата є дуже високою, правила оренди заплутані;

- складність реєстрації. Розвиток підприємництва в країні стримується вже на першій стадії створення підприємства (реєстрація, юридичне оформлення підприємства, ліцензування, відкриття рахунків у банку, одержання дозволу на встановлення печатки тощо). І хоча за останні роки гострота проблеми реєстрації і відкриття власної справи в Україні помітно зменшилася, однак за витратами часу та коштів чинна процедура реєстрації все ще вважається громіздкою і ускладненою порівнянно з тією, що діє у розвинутих країнах;

- проблеми виробничого характеру, пов'язані зі збутом продукції та формуванням відповідної клієнтури;

- обмеженість внутрішнього попиту та наявність кризи збуту на внутрішньому ринку. У результаті масового зростання безробіття, збільшення заборгованості з виплат зарплат і пенсій, інфляції зменшуються доходи громадян. Малий бізнес втрачає головних споживачів своєї продукції;

- нестача кваліфікованого персоналу, відсутність практичних навичок підприємливості працівників у веденні бізнесу;

- зростання адміністративних перешкод, недосконалість законодавства як з питань розвитку малого бізнесу, так і підприємництва загалом. Велика кількість різноманітних законів, актів, інструкцій заплутує підприємців, вони змушені витрачати багато часу на вивчення змін у законодавстві та втілення їх у свою діяльність;

- значна кількість контролюючих органів та дублювання ними функцій. Відбувається повсюдне втручання контролюючих органів у справи бізнесу, наслідком яких є часті перевірки. Недостатній обмін інформацією між цими органами призводить до дублювання інспекцій. Підприємці не можуть відстоювати свої інтереси, оскільки не володіють інформацією про повноваження тих чи інших контрольно-ревізійних органів. Контролюючі органи не слідкують за тим, щоб бізнес здійснювався правильно та чесно, вони не захищають, а, навпаки, шукають підстав підірвати його та збагатитися за його рахунок;

- недосконалість податкової системи. Податкове питання є найважливіше серед насущних проблем ведення бізнесу в Україні. Тут ідеться не лише про зменшення податкового тиску для усіх підприємств, а й зменшення кількості податків, спрощення системи оподаткування, надання податкових пільг малим підприємствам, ліквідацію тиску податкових органів на бізнес тощо. Сьогодні податкова система країни впливає на розвиток бізнесу вкрай негативно. За різними підрахунками, 80 % доходу підприємств

ва вилучається у вигляді різноманітних податків і платежів. При такому податковому тиску підприємства всіляко намагаються обійти закон і заплатити менше податків, щоб вижити на ринку. Так, через високі відрахування у фонд зарплати, на соцстрахування, багато малих підприємств веде подвійну бухгалтерію і платить фіктивну зарплату. Відкриття малих підприємств, які зникають після кількох виконаних операцій, стало поширеною практикою. Більшість підприємств тією чи іншою мірою приховує свої доходи, щоб платити менший податок. Сучасна податкова система не дає змоги підприємствам здійснювати інвестування, а також створює якнайсприятливіші умови для їх відходу у тіньовий сектор економіки;

— недостатня державна підтримка. На сьогодні в Україні ще не склалося ефективної системи державної підтримки й захисту малого підприємництва. Діє слабкий механізм фінансування та кредитування, має місце невідповідне інформаційне та консультаційне забезпечення, недосконала система підготовки та перепідготовки кадрів;

— проблеми з доступом до кредитів, нестача заставного майна, високі розміри відсоткових ставок комерційних банків. Зазвичай суб'єкти малого бізнесу мають потребу в невеликих тривалих кредитах із рівномірним погашенням заборгованості. Проте не кожен із них може сплачувати за порівняно високими відсотковими ставками. У свою чергу, комерційні банки неохоче розвивають відносини з малими підприємствами через підвищений ризик щодо повернення кредитів. Ще одним недоліком кредитування малого бізнесу банкіри називають труднощі з «відстеженням» позичальників, які працюють «в тіні» і ведуть подвійну бухгалтерію. Водночас, кредитування малого бізнесу має низку істотних переваг порівнянно з кредитуванням великого. Невеликий обсяг кредитів при великій їх кількості дозволяє банкам диверсифікувати кредитні ризики. Сьогодні за досить високого рівня вартості позичкового капіталу малі підприємства мають змогу фінансувати лише поточні витрати, а не витрати розвитку. Слід зауважити, що надані кредитні ресурси, як правило, мають короткостроковий характер і суттєво не впливають на розвиток малого підприємництва;

— низька інвестиційна активність, відсутність стимулів для інвестицій. Нестабільність економіки стримує підприємців від інвестування. Більшість малих підприємств не має коштів для здійснення капіталовкладень, оскільки кредити є надто дорогими та короткостроковими, а більша частина прибутків спрямовується на сплату податків;

— недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств.

— невисокий рівень ринкової інфраструктури та збутової інфраструктури підприємств. Відсутність і суперечливість інформації не дає можливості керівникам малих підприємств приймати управлінські рішення, ґрунтуючись на об'єктивній інформації про стан ринкової кон'юнктури та поточних потреб споживачів. Незважаючи на велику кількість об'єктів інфраструктури, їх роль у розвитку малого бізнесу ще дуже незначна. Між різними організаціями підтримки малого підприємництва та власне суб'єктами малого бізнесу ще не налагоджено ефективної співпраці та обміну інформацією.

— наявність недобросовісної конкуренції;

— слабка конкурентоспроможність національних товарів в умовах наростання імпорту;

— відсутність надійного соціального захисту та безпеки підприємців, а також надійного правового, зокрема судового, забезпечення підприємницької діяльності;

— перешкоди розвитку підприємництва на регіональному рівні. Складними й суперечливими є відносини між малими підприємствами та державними органами на місцях. Останні приймають незаконні акти, ускладнюють порядок реєстрації підприємств, вимагають документи, які не передбачені законодавством, чинять перешкоди у відведенні земельних наділів, наданні виробничих та службових приміщень, надають необґрунтовані пільги окремим господарюючим об'єктам, свідомо затримують прийняття рішень з питань від яких залежить діяльність підприємств, втручаються

у справи бізнесу та займаються хабарництвом. Підприємці в Україні витрачають третину свого часу на відносини з державними органами та виконання безлічі формальностей. Логічно, що в них не залишається багато часу на реальні справи бізнесу;

— недовіра підприємців до влади, невпевненість у її здатності провести довгострокову політику і забезпечити стабільні умови ведення бізнесу;

— негативне ставлення органів влади та населення до підприємництва;

— тіньова економіка. Малий бізнес щораз ширше використовує практику роботи без оформлення договорів, а також намагається переводити свої операції у готівковий обіг з метою мінімізації оподаткування. Найчастіше малі підприємства є вимушеними учасниками тіньової економіки, яких туди «заганяють» податковий тиск, державна бюрократія тощо;

— високий рівень корупції, нестабільність умов ведення бізнесу, бюрократія, рекет. За рівнем корумпованості державного апарату Україна посідає 3-тє місце у світі. Подолання корупції є одним з пріоритетів внутрішньої політики, але реальних зрушень немає.

Слід врахувати, що попри всі перешкоди, малі підприємства «виживають» передусім за рахунок високої інтенсивності праці на них, у тому числі більшої тривалості робочого дня, меншої заробітної плати, економії на техніці безпеки та умовах праці, низької організованості та самосвідомості найманих працівників.

Отже, на сьогодні є величезна кількість перепон, які перешкоджають динамічному і якісному розвитку малого підприємництва в Україні. Тому цей сектор не може еволюціонувати і функціонувати на повну свою потужність.

Подолання проблем економічного і соціального розвитку України на сучасному етапі становлення ринкової економіки вимагає державної підтримки малого бізнесу, а отже, відповідної державної політики. Ця необхідність зумовлена ще й тим, що, незважаючи на вагомі переваги малого бізнесу, цей сектор економіки є найвразливішим до різноманітних несприятливих факторів. Крім того, слід урахувати ще й те, що цей провідний, самостійний сектор ринкової економіки практично не існував у недалекому минулому нашої країни.

Розвиток малого підприємництва є складним і суперечливим процесом, а тому, досліджуючи його, можна зрозуміти багато взаємозв'язків, що мають місце в економіці України.

### Література

1. Бурлуцький Б. В., Антонечко В. М. Сучасні проблеми розвитку малого бізнесу та їх подолання // Держава та регіони. Сер.: Економіка та підприємництво. — 2003. — № 1. — С. 44–50.
2. Кубай Н. Є. Становлення та розвиток приватного підприємництва в перехідній економіці (на прикладі малих підприємств України): Автореф. дис... к. е. н. — Львів, 1999. — 18 с.
3. Гайдуцький А. П. Мотиваційні чинники міжнародних інвестиційних процесів // Фінанси України. — 2004. — № 12.
4. Головка А., Науменко О. Національна депозитна система України. — К., 1999. — 161 с.
5. Мочерний С. В. Економічна теорія: Посібник. — Видав. центр «Академія», 2002.

УДК 388.26

Прядко О. Я., Цегелик Г. Г.

## ДИНАМІКА ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ УКРАЇНИ

*Аналізується ефективність банківської системи України за останні роки, динаміка основних показників діяльності банків, а також основні чинники, що впливають на функціонування банківських установ. Проводиться математичне моделювання динаміки кредитного портфеля та вкладів фізичних осіб за допомогою часових трендів.*

Банківська система України є однією з найбільш технологічно розвинутих галузей національної економіки, здатною надавати послуги на рівні світових стандартів, що яскраво підтверджується її інвестиційною привабливістю для іноземних інвесторів. За 15 років свого розвитку банківська галузь зуміла акумулювати унікальні людські й технологічні ресурси, завдяки яким досягнуті вагомі здобутки на шляху її поступу та були успішно подолані кризові явища в історії фінансової системи України. Банківська система успішно виконує функцію щодо акумулювання вільних грошових ресурсів та спрямування їх у реальний сектор економіки, що є одним із чинників забезпечення постійного зростання внутрішнього валового продукту та макроекономічної і монетарної стабільності [1;2].

З початку 2007 року продовжувала тривати тенденція зростання основних показників діяльності банків [3].

За 5 місяців 2007 року власний капітал банків збільшився на 15,0 %, або на 6,4 млн. грн. і за станом на 01.06.2007 р. склав 48,9 млн. грн. Зростання капіталу банків в основному відбулося за рахунок збільшення сплаченого зареєстрованого статутного капіталу — на 4,4 млн. грн., або на 16,8 %, загальних резервів, резервного фонду та інших фондів банків — на 1,5 млн. грн., або на 31,5 %.

Зобов'язання банків України збільшилися на 20,1 %, або на 59,7 млн. грн. і на 01.06.2007 р. становили 357,3 млн. грн.

Збалансоване зростання активів і покращення їх структури та якості є необхідною умовою стабільного функціонування і розвитку банків. За 5 місяців 2007 року активи банків збільшилися на 19,4 %, або на 66,1 млн. грн., і становлять 406,3 млн. грн. Загальні активи збільшилися на 19,3 %, або на 68,3 млн. грн., і складають 421,4 млн. грн.

Збільшення загальних активів відбулося, переважно, за рахунок збільшення кредитів, наданих банками — на 56,5 млн. грн., або на 20,9 %, з них: кредитів, що надані суб'єктам господарювання — на 26,8 млн. грн., або на 16,0 %, кредитів, що надані фізичним особам — на 22,1 млн. грн., або на 28,4 %. Продовжували зростати довгострокові кредити. За 5 місяців 2007 року вони збільшилися на 24,3 % і на 01.06.2007 р. становили 195,5 млн. грн., або 59,9 % від наданих кредитів.

На рис. 1 наведена динаміка кредитного портфеля та кредитів, наданих суб'єктам господарювання і фізичним особам за 2002–2007рр. [2].

Серед чинників впливу зовнішнього середовища на діяльність банківських установ можна виділити такі:

- політичну та економічну стабільність держави;
- стабільність національної валюти;
- недосконалість державного регулювання банківської діяльності;
- податковий тиск на банківську діяльність;
- вплив конкурентів на фінансово-кредитному ринку;
- запровадження досягнень науково-технічного прогресу у сфері банківської справи;
- демографічну ситуацію в державі.

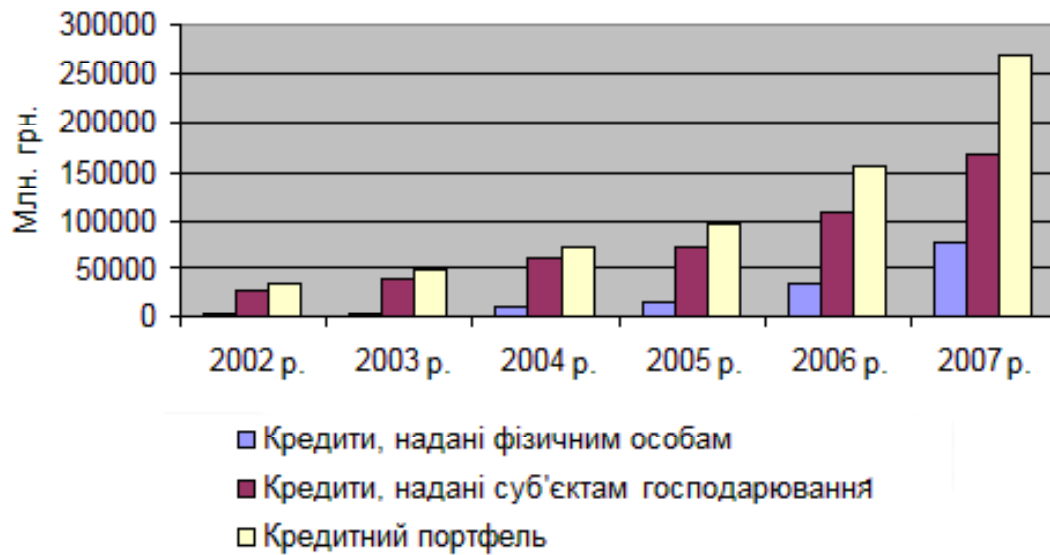


Рис. 1. Динаміка кредитного портфеля та кредитів, наданих суб'єктам господарювання і фізичним особам.

Вагомим чинником успішного функціонування банківських установ є широке використання сучасних інформаційних технологій, економіко-математичних методів і моделей для прийняття науково обґрунтованих рішень в управлінні банківською діяльністю. Серед методів математичного моделювання, які ефективно можуть бути використані для аналізу та прогнозування фінансової діяльності банків, є метод економетричного моделювання, зокрема, моделювання за допомогою часових трендів [4:5].

Розглянемо використання часових трендів для прогнозування річних обсягів кредитного портфеля на основі статистичних даних за 2002–2007 рр. Для аналізу тенденції процесу, що вивчається, та прогнозування з урахуванням закономірностей попередніх періодів широко застосовується залежність, яка називається рівнянням тренду:

$$y = f(t) + e_t,$$

де  $f(t)$  і  $e_t$  — відповідно детермінована не випадкова і стохастична випадкова компоненти процесу.

Екстраполяцію тренду можна використати, якщо розвиток явища досить добре описується побудованим рівнянням і умови, які визначають тенденцію розвитку в минулому, не зміняться в майбутньому.

Найчастіше в макро- та мікроекономічних дослідженнях використовуються такі типи залежностей, що описуються рівняннями тренду: лінійна, квадратична, логарифмічна, степенева. Крім того, інколи використовуються такі криві зростання, як експоненційна, показникова, гіперболічна, логістична, Гомперця та ін. Обмижемося тільки квадратичною кривою  $y = a_0 + a_1t + a_2t^2$  та експоненційною  $y = a \cdot b^t$ .

Невідомі параметри рівняння тренду будемо знаходити за допомогою методу найменших квадратів, тобто мінімізуючи суму квадратів відхилень фактичних даних від теоретичних:

$$F(a_0, a_1, \dots, a_p) = \sum_{t=1}^n (y_t - \hat{y}_t)^2 \rightarrow \min, \quad (1)$$

де  $p$  — кількість невідомих параметрів у рівнянні;



$y_t$  — реальні значення прогнозованого показника;

$\bar{y}_t$  — теоретичні значення, обчислені за допомогою рівняння тренду.

У випадку квадратичного тренду умова (1) набуде вигляду:

$$F(a_0, a_1, a_2) = \sum_{t=1}^n (y_t - a_0 - a_1 t^2)^2 \rightarrow \min.$$

Тоді система нормальних рівнянь для знаходження коефіцієнтів  $a_0, a_1, a_2$  буде такою:

$$\begin{aligned} \sum_{t=1}^n y_t &= n a_0 + \sum_{t=1}^n t + a_2 \sum_{t=1}^n t^2 \\ \sum_{t=1}^n y_t t &= a_0 \sum_{t=1}^n t + a_1 \sum_{t=1}^n t^2 + a_2 \sum_{t=1}^n t^3 \\ \sum_{t=1}^n y_t t^2 &= a_0 \sum_{t=1}^n t^2 + a_1 \sum_{t=1}^n t^3 + a_2 \sum_{t=1}^n t^4. \end{aligned} \quad (2)$$

Для побудови експоненційної моделі прологарифмуємо обидві частини рівняння  $y = a b^t$ , вважаючи, що  $a > 0$ . Одержимо  $\ln y = \ln a + t \ln b$ . Зробивши заміну  $z = \ln y, a_0 = \ln a, a_1 = \ln b$  матимемо  $z = a_0 + a_1 t$ . Тоді умова (1) набуде вигляду

$$F(a_0, a_1) = \sum_{t=1}^n (z_t - a_0 - a_1 t)^2 \rightarrow \min$$

і для знаходження коефіцієнтів  $a_0$  і  $a_1$  одержуємо систему рівнянь

$$\begin{aligned} \sum_{t=1}^n z_t &= n a_0 + a_1 \sum_{t=1}^n t \\ \sum_{t=1}^n t z_t &= a_0 \sum_{t=1}^n t + a_1 \sum_{t=1}^n t^2. \end{aligned} \quad (3).$$

Розв'язавши цю систему, знайдемо коефіцієнти  $a_0, a_1$ . Тоді  $a = e^{a_0}, b = e^{a_1}$ .

Розглянемо тепер дані про кредитний портфель [2] за період 2002–2007 рр. (табл. 1) і на основі цих даних побудуємо квадратичний та експоненційний часові тренди. Використаємо отримані моделі для прогнозування річних обсягів кредитного портфеля на наступні три періоди.

У випадку квадратичної моделі для знаходження коефіцієнтів  $a_0, a_1, a_2$  одержуємо таку систему нормальних рівнянь (2)

Таблиця 1

Динаміка кредитного портфеля за 2002–2007 рр.

Період (t)	Кредитний портфель (y) млн. грн.	Період (t)	Кредитний портфель (y) млн. грн.
1 (2002)	32 097	4 (2005)	97 197
2 (2003)	46 736	5 (2006)	156 385
3 (2004)	73 442	6 (2007)	269 688

$$\begin{aligned} 675545 &= 6a_0 + 21a_1 + 91a_2 \\ 3134736 &= 21a_0 + 91a_1 + 441a_2 \\ 16053564 &= 91a_0 + 441a_1 + 2275a_2 \end{aligned}$$

Звідси  $a_0 = 62399,8$ ;  $a_1 = -32887,2$ ;  $a_2 = 11129,4$ . Тоді квадратична модель матиме вигляд

$$y_{kv} = 62399,8 - 32887,2t + 11129,4t^2.$$

У разі експоненційної моделі система нормальних рівнянь (3) для знаходження  $a_0, a_1$  буде такою:

$$\begin{aligned} 68,28263 &= 6a_0 + 21a_1 \\ 246,2623 &= 2a_0 + 91a_1. \end{aligned}$$

Звідси  $a_0 = 9,93$ ;  $a_1 = 0,42$ ;  $a = e^{a_0}$ ,  $b = e^{a_1}$ . Тоді експоненційна модель матиме вигляд:

$$y_{ek} = e^{9,93 + 0,42t}$$

На основі побудованих моделей обчислимо теоретичні значення досліджуваного показника і результати занесемо в табл. 2.

Таблиця 2

## Порівняння фактичних даних з теоретичними

Період ( $t$ )	Реальні значення ( $y$ )	Квадратична модель ( $y_{kv}$ )	Експоненційна модель ( $y_{ek}$ )
1	32 097	40 642	31 257
2	46 736	41 143	47 572
3	73 442	63 903	72 403
4	97 197	108 921	110 194
5	156 385	176 199	167 711
6	269 688	265 735	255 250

Для перевірки моделей на адекватність обчислимо для кожного рівняння тренду коефіцієнт кореляції між фактичними і теоретичними значеннями показника за формулою

$$R = \sqrt{1 - \frac{\sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y}_t)^2}{\sum_{t=1}^n (y_t - \bar{y})^2}}$$

де  $\bar{y}_t$  — теоретичні значення залежної змінної;

$\bar{y}$  — середнє значення.

Оскільки,  $\bar{y}_t = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n y_t = \frac{675545}{6} = 112590,83$ , то відповідно коефіцієнт кореляції для квадратичної та експоненційної моделей матиме такі значення:  $R_{kv} = 0,992$ ;  $R_{ek} = 0,996$ .

Отже, побудовані моделі досить добре апроксимують досліджуваний процес, оскільки значення коефіцієнта кореляції для обох рівнянь є близьким до одиниці.

Графіки для отриманих часових трендів мають такий вигляд (рис. 2, 3).

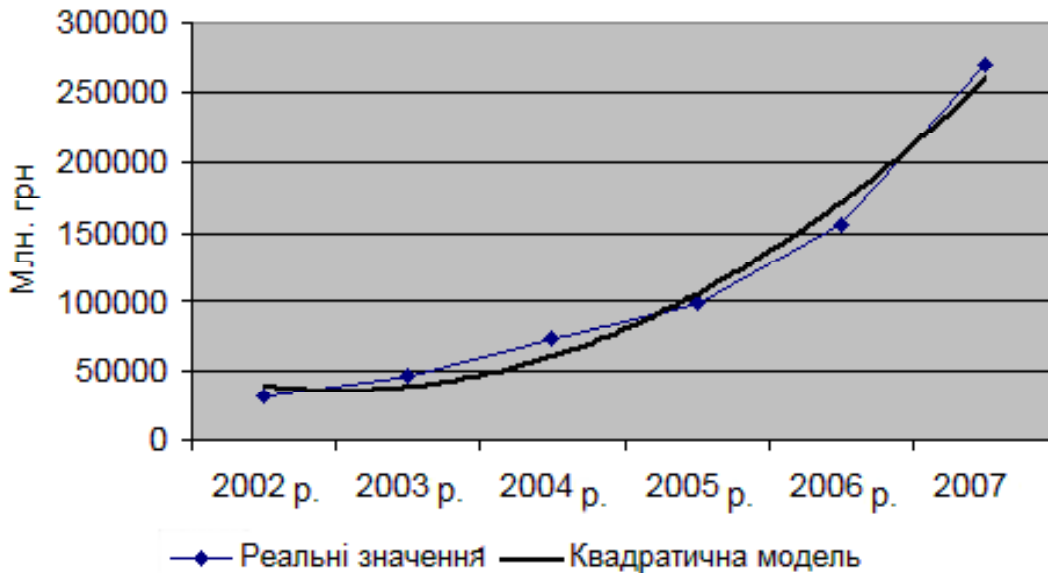


Рис. 2. Квадратична апроксимація.

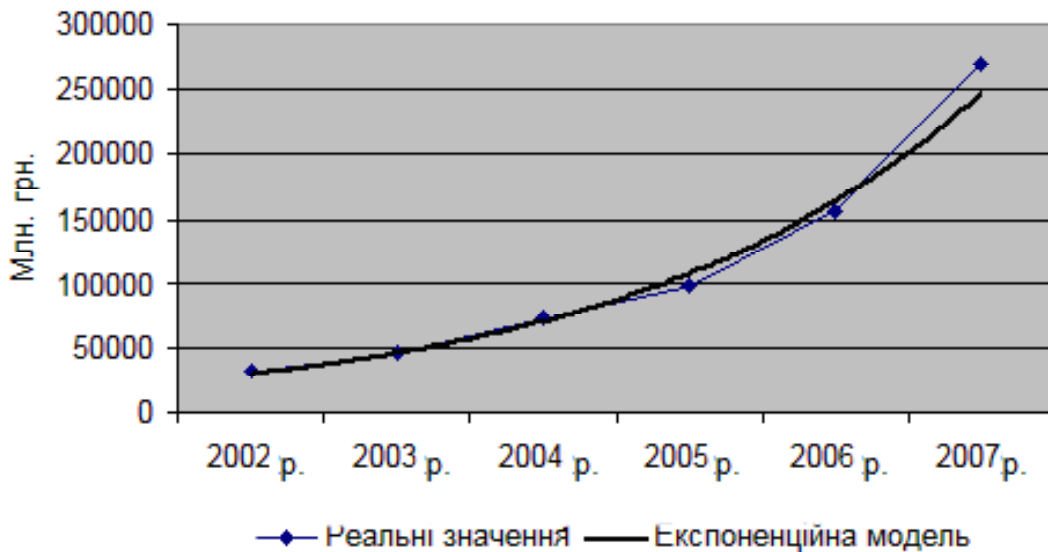


Рис. 3. Експоненційна апроксимація.

За допомогою моделей спрогнозуємо річний обсяг кредитного портфеля на наступні три періоди  $t = 7, 8, 9$ . Для цього у моделі підставимо відповідні значення  $t$  і обчислені значення занесемо в таблицю (табл. 3).

Таблиця 3

## Прогнозні значення

Період ( $t$ )	Квадратична модель ( $y_{ка}$ )	Експоненційна модель ( $y_{ек}$ )
7 (2008 р.)	377 530	388 481
8 (2009 р.)	511 584	591 253
9 (2010 р.)	667 896	899 865

Найважливішим результатом діяльності банківського сектора останніх кількох років є зміцнення довіри населення до банків, яке підтверджує щорічне зростання вкладів фізичних осіб.

На рис. 4 наведена динаміка вкладів фізичних осіб та коштів суб'єктів господарювання за 2002–2007 рр. [2].

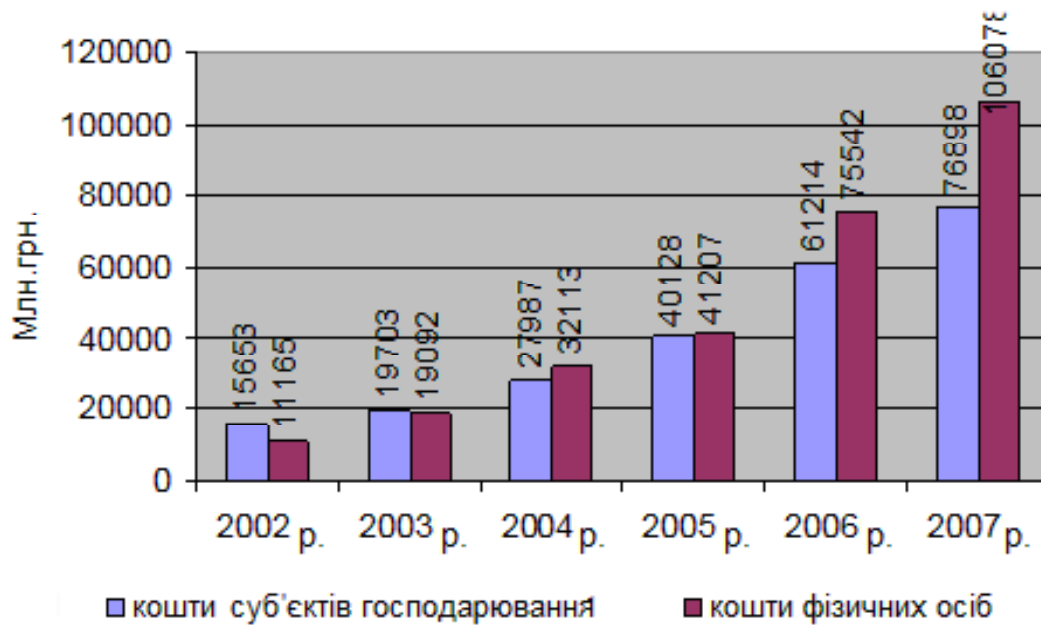


Рис. 4. Динаміка вкладів суб'єктів господарювання та коштів фізичних осіб

Розглянемо тепер дані про вклади фізичних осіб (табл. 4) за період 2002–2007 рр. [2] і на основі цих даних побудуємо квадратичний та експоненційний часові тренди. Використаємо отримані моделі для прогнозування річних обсягів коштів фізичних осіб на наступні три періоди.

Таблиця 4

## Динаміка вкладів фізичних осіб за 2002–2007 рр.

Період ( $t$ )	Кошти фізичних осіб млн. грн ( $y$ )	Період ( $t$ )	Кошти фізичних осіб млн. грн ( $y$ )
1 (2002)	11 165	4 (2005)	41 207
2 (2003)	19 092	5 (2006)	72 542
3 (2004)	32 113	6 (2007)	106 078

У випадку квадратичної моделі система нормальних рівнянь для знаходження коефіцієнтів  $a_0$ ,  $a_1$ ,  $a_2$  матиме вигляд:

$$\begin{aligned} 1285197 &= 6a_0 + 21a_1 + 91a_2 \\ 1324694 &= 21a_0 + 91a_1 + 441a_2 \\ 16743220 &= 91a_0 + 441a_1 + 2275a_2. \end{aligned}$$

Звідси  $a_0 = 15282,1$ ;  $a_1 = -6130,225$ ;  $a_2 = 3541,089$ . Тоді одержуємо таку квадратичну модель

$$y_{кв} = 15282,1 - 6130,225t + 3541,089t^2.$$

У разі експоненційної моделі система нормальних рівнянь (3) для знаходження буде такою:

$$\begin{aligned} 62,98532 &= 6a_0 + 21a_1 \\ 228,2649 &= 21a_0 + 91a_1. \end{aligned}$$

Звідси  $a_0 = 8,934$ ;  $a_1 = 0,447$ ;  $a = e^{a_1}$ ;  $b = e^{a_1}$ . Тоді експоненційна модель матиме вигляд:

$$y_{ек} = e^{8,934 + 0,447t}.$$

На основі побудованих моделей обчислимо теоретичні значення досліджуваного показника і результати занесемо в табл. 5.

Таблиця 5

## Порівняння фактичних даних з теоретичними

Період (t)	Реальні значення (y)	Квадратична модель ( $y_{кв}$ )	Експоненційна модель ( $y_{ек}$ )
1 (2002)	11 165	12 693	11 861
2 (2003)	19 092	17 186	18 546
3 (2004)	32 113	28 761	28 999
4 (2005)	41 207	47 419	45 343
5 (2006)	72 542	73 158	70 898
6 (2007)	106 078	105 980	110 857

Відповідно коефіцієнт кореляції для квадратичної та експоненційної моделей буде мати такі значення:  $R_{кв} = 0,995$ ;  $R_{ек} = 0,996$ .

Отже, побудовані моделі досить добре апроксимують досліджуваний процес, оскільки значення коефіцієнта кореляції для обох рівнянь є близьким до одиниці.

Графіки для отриманих часових трендів мають такий вигляд такі як на рис. 5 і 6.

За допомогою моделей спрогнозуємо річний обсяг вкладів фізичних осіб на наступні три періоди  $t = 7, 8, 9$ . Для цього у моделі підставимо відповідні значення  $t$  і обчислені значення занесемо в табл. 6.

Таблиця 6

## Прогнозні значення

Період (t)	Квадратична модель ( $y_{кв}$ )	Експоненційна модель ( $y_{ек}$ )
7 (2008 р.)	192 870	271 034
8 (2009 р.)	246 938	423 793
9 (2010 р.)	308 089	662 649

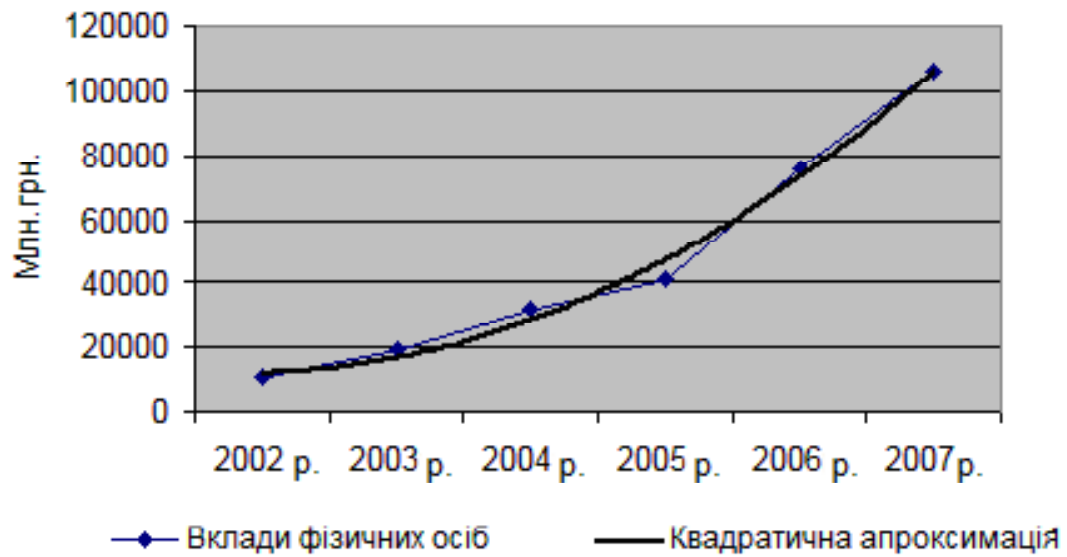


Рис. 5. Квадратична апроксимація

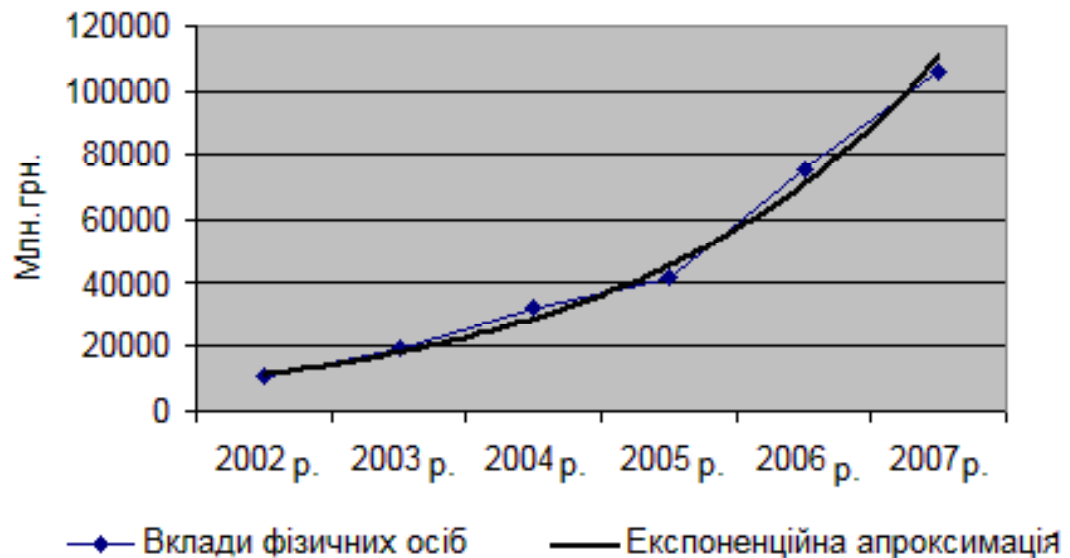


Рис. 6. Експоненційна апроксимація

Отже нами проаналізовано ефективність банківської системи України за останні роки, динаміку основних показників діяльності банків, а також основні чинники, що впливають на функціонування банківських установ. На основі статистичних даних проведено математичне моделювання динаміки кредитного портфеля та вкладів фізичних осіб за допомогою часових трендів. Побудовано квадратичну та експоненційну моделі, які досить добре апроксимують досліджуваний процес, оскільки значення коефіцієнта кореляції для обох рівнянь є близьким до одиниці. За допомогою моделей спрогнозовано річний обсяг кредитного портфеля та вклади фізичних осіб на наступні три періоди.

---

**Література**

1. Бюлетень Національного банку України. — 2007. — № 5. — С. 26–27.
2. Вісник НБУ. — 2007. — № 5. — С. 70.
3. [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua).
4. Лук'яненко І. Г., Краснікова Л. І. Економетрика: Підручник. — К.: Т-во «Знання», 1998. — С. 171–210.
5. Грабовецький Б. Є. Економічне прогнозування та планування: Навч. посібник. — К.: Центр навч. літ., 2003. — С. 48–65.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

УДК 338.48

Бочан І. О.

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ І СВІТОВИХ ВИМОГ

*Висвітлено стан розвитку вітчизняного туризму та країн світової спільноти. Науково обґрунтовано сучасні тенденції та перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні в контексті європейських і світових вимог.*

Розвиток туризму йде пліч-о-пліч з глобалізацією. Туризм — одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку суспільства. Людський розум зблизив континенти, виробив потребу в туристичній діяльності.

XXI століття стає століттям туризму. Туризм є визначальним чинником соціальної і культурної інтеграції людей і народів. Туристична галузь є потужною сферою світової індустрії, прибутковим сектором національної економіки. Загальні доходи від туризму у світі у 2006 році склали близько 6,5 трлн. доларів. Серед країн-лідерів є: США — доходи від туризму становлять 1 трлн. 653 млрд. доларів, частка у ВВП — 10,5 %; Японія — 523 млрд. доларів, частка у ВВП — 9,4 %; Німеччина — 413 млрд. доларів, частка у ВВП — 9,3 %. Якщо подібна за туристичним потенціалом Франція прийняла за 2006 рік 75 млн. туристів і забезпечила доходи 337 млрд. доларів, частку у ВВП — 14,4 %, то наша країна прийняла всього лише понад 18,5 млн. туристів і забезпечила доходів на 12 млрд. доларів, частка у ВВП становила 8,3 %.

За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), Україна може щороку приймати до 30 млн. туристів. Україна пишається величезним туристичним потенціалом завдяки великій території та різноманітності ландшафту, надзвичайно багатій історичній спадщині і загальновідомій гостинності і працьовитості українських людей. Україна, що розташована у центрі Європи, має всі необхідні передумови і потенційні можливості для розвитку сучасної туристичної індустрії.

Туризм — це потужний роботодавець і наповнювач бюджетів різних рівнів. Він забезпечує зайнятість кожного десятого працівника у світі. Туризм в умовах глобалізації є засобом підвищення якості життя народів, чинником зміцнення миру та міжнародного взаємопорозуміння.

Повнокровного глобального характеру туризм набув у XXI ст. Туристичні потоки утворюють мережу світогосподарських зв'язків. За короткий часовий інтервал вони перетворились у помітне явище міжнародного життя, набули планетарного масштабу. Проте різні країни світу різною мірою притягують до себе туристів (табл. 1).

На початку третього тисячоліття туристичний обмін між регіонами буде розвиватися інтенсивніше, ніж всередині регіонів. Проте все чіткіше відслідковується тенденція до посилення взаємообмінів туристами між сусідськими країнами за умов нормальних стосунків між ними та між країнами, що мають споріднені мови. Наприклад,



Таблиця 1

## Країни світу, які найбільше відвідують (станом на 2005 р.)

Зайняте місце, за роками			Країна	Прибуття, тис. чол.	Частка у загальному обсязі в 2005 р., %
1990	1995	2005			
1	1	1	Франція	71400	10,9
3	3	2	Іспанія	51958	7,9
2	2	3	США	46983	7,2
4	4	4	Італія	35839	5,5
12	8	5	Китай	27047	4,1
7	5	6	Великобританія	25740	3,9
8	7	7	Мексика	20216	3,1
10	11	8	Канада	19556	3,0
27	9	9	Польща	17940	2,7
6	10	10	Австрія	17630	2,7
9	13	11	Німеччина	17093	2,6
16	12	13	Чехія	16031	2,4
5	6	14	Угорщина	12930	2,0
14	17	15	Португалія	11600	1,8
13	16	16	Греція	11460	1,7
11	14	17	Швейцарія	10800	1,6
19	15	18	Гонконг	10433	1,6
22	19	19	Нідерланди	9817	1,5
21	21	20	Таїланд	8280	1,3
Всього по країнах				442755	67,4
Всього по країнах світу				656933	100,0

\* Джерело: ТТС. — 2006. № 3/73.

населення в українсько-польських євро регіонах (поляки й українці) не відчуває мовних перешкод і це сприяє зміцненню туристичних зв'язків.

Туризм, його індустрія в умовах глобалізації та євро регіоналізації — це міжгалузевий господарський комплекс, який становить собою інтегровану систему галузей, виробництв і видів діяльності, об'єднаних спільністю мети та суспільним призначенням задовольняти потреби населення у проведенні дозвілля в подорожі шляхом створення та реалізації туристичного продукту. Міжкомпонентні горизонтальні зв'язки, наявні між підприємствами різних галузей, задіяних в організації туристичного споживання відповідно до стадійності процесу обслуговування, дозволяють виділити в межах індустрії туризму функціонально-стадійні підсистеми, представлені сполученнями різномірних функціонально-галузевих елементів, що виконують однорідні функції у сфері туризму: інституційно-організаційну, функціонально-господарську та територіально-господарську (табл. 2) [4].

Існують різні види і форми туризму — внутрішній, міжнародний, самодіяльний, організований, ближній, дальній, пізнавальний, водний, гірський, автомобільний, пішохідний, спортивний та екстремальний. Функціонує Всесвітня туристична організація, заснована 1975 р., членами якої є вже понад 130 країн світу, у тому числі й Україна, основні показники туристичної діяльності якої за останні роки додають оптимізму (табл. 3).

Таблиця 2

## Структури індустрії туризму

Підсистема	Структура	Компоненти
Інформаційно-організаційна	правова	— законодавча і нормативна база; — митна та консульська служби
	фінансово-економічна	— система оподаткування; — страхування; — фінансова система і обмінний курс валют
	кадрова	— системи підготовки і кадрів, науковий досліджень і науково-дослідних розробок
Функціонально-господарська	гостинності	— готельне господарство; — громадське харчування; — галузі сфери обслуговування з надання додаткових послуг
	транспорту	— авіаційний; — автомобільний; — залізничний; — річковий; — морський
	туристичної оздоровчої діяльності	— туристичні підприємства; — екскурсійні бюро; — санаторно-курортні установи; — оздоровчі заклади
Територіально-господарська	туристичні ресурси	— природно-рекреаційні; — культурно-історичні; — техногенні
	соціально-демографічний потенціал	— населення, його етнорелігійна структурованість; — традиційна культура; — системи розселення
	господарський потенціал	— господарський комплекс території; — інфраструктурні системи; — адміністративно-територіальний устрій і система управління

Європейський туристичний регіон поділяється на 5 субрегіонів: Північний, Західний, Центральнo-Східний, Південний та Східно-Середземноморський. Найбільшим за площею є Центральнo-Східний, до якого входить Україна та ще 20 європейських країн. Це колишні соціалістичні країни Центральної та Східної Європи.

Для всіх країн Європейського туристичного регіону характерне зростання обсягів зовнішньоекономічної діяльності у галузі туризму в умовах формування відкритої економіки.

Загалом за станом ринкового середовища туристичної діяльності найкращі позиції в міжнародному регіоні, куди входить Україна, мають Угорщина та Польща. Конкурентні позиції туристичних підприємств України на ринку туристичних послуг цього міжнародного регіону можна оцінити як середні.

Сьогодні в Україні активізується туристичний транскордонний, зокрема в межах українсько-польських єврорегіонів, бізнес. З цією метою відбувається регіоналізація

Таблиця 3

## Основні показники туристичної діяльності в Україні

Показник	2002 р.	2003 р.	2004 р.	Темп приросту 2004/2003, %
Кількість суб'єктів тур. діяльності (ліцензіатів), що надавали послуги, од.	2 652	3 134	3 864	+23,3
Всього обслужили туристів, осіб	2 175 090	2 265 317	2 856 981	+26,1
В т. ч. — в'їзних (іноземних), осіб	416 186	417 729	590 64	+41,4
— виїзних, осіб	271 281	302 632	344 332	+13,8
— внутрішніх, осіб	1 487 623	1 544 956	1 922 010	+24,4
Кількість екскурсантів, осіб	1 874 233	1 991 688	2 690 810	+35,1
Обсяг наданих послуг, тис. грн.	1 206 668	1 386 132	2 093 160	+51,0
Платежі до бюджету, тис. грн.	126 787	136 177	169 058	+24,1
Обсяг послуг у середньому на 1 ліцензіата, тис. грн.	455	442	542	+22,5
Платежі до бюджету у середньому на 1 ліцензіата, тис. грн.	48	43	44	+0,7
Середньооблікова тис. працівників, осіб	37 956	39 706	50 315	+26,7
Обсяг послуг в середньому на 1 працівника, тис. грн.	31,8	34,9	41,6	+19,2
Платежі до бюджету в середньому на 1 працівника, тис. грн.	3,3	3,4	3,4	0
Кількість туроднів обслуговування, од.	14 701 54	14 146 88	22 483 55	+58,9
Середня тривалість подорожі, діб	6,8	6,2	7,9	+26,0
Сер. вартість 1 подорожі (путівки), грн.	555	612	733	+19,7
Середня вартість 1 туродня, грн.	82	98	93	-5,0

польсько-українських транскордонних коридорів, які сприяють, зокрема, розвитку сільського або агротуризму.

Як приклад, на сьогодні в українсько-польських стосунках особливого значення набуває розробка погоджених програм модернізації транспортної інфраструктури, будівництва автомагістралей.

В Україні створено акціонерне товариство «Українські транспортні коридори», яке займається розробкою і реалізацією проектів щодо міжнародних транспортних коридорів. У 2003 р. були затверджені до будівництва декілька нових автошляхів. Зокрема, Краковець — Підгайці. Протяжність — 181 км. Дорога проходить територією Львівської та Тернопільської областей. Дорога починається на кордоні з Польщею в районі м. Краковець і примикає до дороги Західний кордон України (Косини) — Київ. У функціонуванні транспортного коридору Гданськ-Одеса зацікавлені як Польща, так і Україна. Його довжина становить 1514 км залізничними і 961 км автошляхами. При цьому першочергового значення набуватимуть комбіновані перевезення цінних вантажів, пасажирів, туристів.

Все це, в даному випадку в польсько-українському туристичному бізнесі, і є процес концентрування за ознакою насамперед територіальної близькості підприємств із

споріднених сфер економіки, що сьогодні прийнято вважати кластеризацією. До туристичних кластерів зараховують групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно використовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці, адаптуючись до умов зовнішніх туристичних послуг.

Міжнародний туризм, як глобалізація масового міждержавного переміщення людських контингентів, породив комплекс тіньових геоекономічних реалій, які почали функціонувати паралельно з офіційним їх проявом. Йдеться про сприяння нелегальному переміщенню валютних засобів, розширення позабанківського вивозу валюти туристами поряд із заробітчанами, незаконні операції міждержавних кримінальних угруповань з використанням офшорних зон. Це зумовлює необхідність, зокрема на кордонах, сприяти більш чіткому відокремленню туристів, туристичних груп від решти громадян-мігрантів, серед яких можуть приховуватися і валютні спекулянти й навіть терористи.

Оскільки іммігранти тягнуться, як правило, зі Сходу на Захід, з Півдня на Північ, то значна частина нелегалів, псевдотуристів перетинають кордони України, як держави, яка сьогодні стала сусідом Європи з Заходу, як рівно ж була і залишається сусідом на Сході. Це вимагає від уряду нашої країни облаштувати за європейськими стандартами державний, майже 1000-кілометровий кордон з Росією.

Цього від нас вимагає Європа, країни ЄС, які не бажають, щоб на їхню територію зі Сходу і Півдня проникали нелегали, зброя, наркотики та ін. Цим самим для українських туристів, чесних громадян буде значно швидше відкрита ширша, ніж сьогодні, дорога, безвізовий режим.

Реалізація Державної програми розвитку туризму в Україні на 2002–2010 роки сприятиме зростанню туристичних послуг на 20 %. Виходячи з того, що якість туризму залежить від якості наданих послуг, неякісна послуга руйнує попит. Надати і забезпечити якісні туристичні послуги можуть тільки фахівці-професіонали, підготовку яких здійснюють у Львівському інституті економіки і туризму. Брак фахівців з нових інформаційних технологій і технологій надання послуг у готелях, транспорті, на маршрутах тощо є гальмівним чинником розвитку туризму.

Серед нинішнього діючого персоналу туристичних підприємств працюють колишні інженери, вчителі, ветеринари та інші спеціалісти, яких спад виробництва в промисловості і сільському господарстві заставив шукати собі роботу в іншій сфері, в якій вони якісно без відповідних фахових знань працювати не можуть.

Як свідчить міжнародний і вітчизняний досвід, праця фахівця у сфері туризму виходить за межі вузькофахових — менеджерських знань. Фахівець з туризму має володіти соціальними, гуманітарними, культурологічними, історичними, правовими, естетичними, рекреаційними, екологічними, економічними та іншими аспектами знань, двома-трьома іноземними мовами, сучасними комп'ютерними інформаційними технологіями, знати технології гостинності та обслуговування, відповідати світовим стандартам надання якісних туристичних послуг.

Засобами туризму наші фахівці виконують функції «народної дипломатії». Адже туризм — це обличчя країни. Від матеріального, духовного, соціального стану суспільства залежить успіх і позитивне сприйняття України світовою спільнотою. Вони носії і знавці традицій, звичаїв, культури свого народу. Знають красназавчі і країнознавчі ресурси, володіють технологіями гостинності, реалізують в Україні європейський підхід «Туризм для всіх».

Сьогодні у світі здійснюється підготовка кваліфікованих кадрів туристичного менеджменту і маркетингу, організація навчальних курсів представників українських турфірм, а також організація ефективної реклами рекреаційних об'єктів і ресурсів. В цьому плані заслуговує на увагу, зокрема, досвід Польщі.

Досвід Польщі щодо туристичного попиту і передумов його розвитку більш детально описано у монографії А. Незгоди та П. Змишльоного «Туристичний попит. Передумови і перспективи розвитку» [5]. Правда у книзі найбільшою мірою розглядаються проблеми, пов'язані з теорією маркетингу, спираючись не лише на польські, але й англо-американські, німецькі, австрійські видання, спеціалізовані звіти та перспективні дані Всесвітньої туристичної організації (з 1998 по 2002 рр.).

Унікальними є можливості використання екосистеми Карпат та джерел мінеральних вод. Розвиток туризму у невеликих населених пунктах і сільській місцевості є шансом для розвитку територій, де сільське господарство не дає достатніх прибутків для місцевого населення. Агротуризм може стати додатковим джерелом заробітку. Розвиток туристичної інфраструктури (наметових таборів, недорогих готелів і пансіонатів) може збільшити приплив українських та іноземних туристів до регіону. Це збагатить його економіку, підвищить доходи населення.

Необхідно підтримати зусилля приватних підприємців, які вирішують інвестувати туристичний сектор, поліпшити екологічну ситуацію та зберегти цінну екосистему регіону. Впроваджуються перші проекти в галузі сільського та зеленого туризму.

Заслужує на увагу досвід Австрії, де на висоті 1000 і більше метрів над рівнем моря (Гумпенштайн, Альпи) функціонують трихзіркові готелі, ферми, соціальна і виробнича інфраструктура. Правда Українські Карпати більш суворі, ніж Альпи, зокрема їх північна сторона. Та все ж нам треба прагнути зробити все можливе, щоб і на інших карпатських вершинах з'явилися цивілізовані елементи зеленого туризму, зокрема на нашій найвищій (2061 м над рівнем моря) Говерлі, на якій ми час від часу «відзнаємось», залишаючи після себе сміття...

#### Література

1. Бальцерович Л. Свобода і ринок. — Львів, 2000. — 147 с.
2. Білорус О. Г. Глобалізація і нова парадигма глобального постіндустріального розвитку // Економічний часопис. — 2002. — № 10.
3. Бочан І. О. Особливості формування та розвитку інституціоналізму в Україні // Наук. зб. ЛНУ. — Львів, 2001. — №8. — С. 198–202.
4. Любішева О. Геопросторові закономірності функціонування туристичного ринку // Вісн. Київ. ун. Географія. — 2003. — Вип. 49. — С. 55.
5. Niezgoda A., Zmyslony P. Popyt turystyczny. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju. — Poznan: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu 2003. — 211 s.

УДК 338.487

Бомба М. Я.

## КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД У ДОСЛІДЖЕННІ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОДИНИЦЬ ТА ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНІ

*У статті обґрунтовуються підходи щодо комплексного вивчення туристичного потенціалу територіальних одиниць для створення банку інформаційних даних, а далі — спеціалізованих центрів туристичної інформації.*

Сучасний стан розвитку економічних відносин в Україні характеризується вираженим акцентом до формування конкурентоспроможних галузей, що відіграють роль мультиплікаторів економічного розвитку в масштабах окремих територій і національного господарства країни загалом. Чільне місце у цих процесах займають туризм, готельний і ресторанний бізнес, виставкова діяльність, що поєднує низку галузей і підгалузей, які, з одного боку, сприяють вирішенню низки найважливіших соціально-економічних регіональних завдань, таких як створення робочих місць, підвищення доходів регіонального бюджету, стимулювання розвитку національної економіки, поліпшення добробуту значних верств населення, а з іншого — забезпечують автентичність та культурний суверенітет українського суспільства.

Можна констатувати, що якщо буквально два-три десятиліття тому назад розвитку туризму в нашій державі приділялося ще зовсім мало уваги, то зараз ця галузь економіки стрімко розвивається. Туристичний потенціал України має міцне підґрунтя для його ефективного розвитку у XXI столітті завдяки обширності території, різноманітності і привабливості ландшафтів, надзвичайно багатій історичній і національній спадщині, загальновідомій гостинності та працьовитості української нації. Враховуючи ці особливості, зацікавлення світової спільноти до нашої країни з кожним роком зростає [2].

У 2006 році Україну відвідало 18,9 млн. іноземних туристів, що на 7 % більше порівняно з 2005 роком. Найбільш численною групою іноземців, які відпочивають у санаторіях є росіяни — 68 %, молдавани — 12 %, білоруси — 11 %, на четвертому місці громадяни ФРН, на п'ятому — Казахстану, далі — Польщі і США. Переважна більшість іноземців (65 %) обирають санаторії Криму, 15 % перевагу віддають закладам Одеської і лише 8 % — Львівської областей [9].

Станом на 1 січня 2007 року у межах Львівської області діяло 8 пунктів пропуску через державний кордон України. За даними Західного регіонального управління Державної прикордонної служби України, обсяги перетину українсько-польського кордону щорічно зростають. Кількість, осіб що у 2006 році перетнули кордон, порівняно з попереднім роком зросла на 11 %.

За сприяння туристичних фірм Львівщини упродовж 2006 року область відвідало 8,4 тис. іноземних громадян та 44,4 тис. громадян України. Найбільш популярною метою відвідування серед туристів є дозвілля і відпочинок. З такою ціллю у 2006 році Львівщиною подорожувало 43,4 тис. осіб, з них іноземних туристів — 16,6 % [5].

За 2000–2006 роки за кількістю діючих підприємств готельного господарства Львівщина перемістилася з дев'ятого місця на друге, поступившись у 2006 році м. Києву.

Активізації туристичної діяльності нашої держави сприяє Указ Президента України «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» від 21 січня 2007 р. за № 136/2007, яким 2008 рік проголошено Роком туризму і курортів в Україні, а також запропоновано Кабінету Міністрів розробити та внести в установленому порядку на розгляд Верховної Ради України законопроект щодо внесення змін до Закону України «Про державні нагороди» стосовно встановлення почесного звання України «Заслужений працівник туризму України» [10].

Отже, зроблено чимало, але подальше утвердження України як високо розвинутої демократичної держави, її інтеграція у світовий цивілізаційний процес як країни з конкурентоспроможною економікою потребує вироблення довгострокової стратегії для сфери туристичної індустрії.

З огляду на підняту проблему першочергова увага наукової громадськості і фахівців [6], що займаються розвитком туризму, повинна бути зосереджена на:

- аналізі сучасних тенденцій та перспектив розвитку цього сектора економіки;
- зборі інформації та оцінці туристичного потенціалу кожного населеного пункту;
- розробці пропозицій ефективного використання туристичного потенціалу регіону;
- рекламуванні туристичного і рекреаційного продуктів;
- підготовці фахівців освітньо-кваліфікаційних рівнів для потреб ринку послуг.

Як свідчить світовий досвід, і в першу чергу таких країн, як Польща, Німеччина, Чехія, Угорщина, подальший та більш ефективний розвиток туристичного бізнесу можливий лише за умови формування стратегії розвитку краю на основі адаптивного, враховуючого субрегіонального підходу.

Процес побудови й реалізації стратегії розвитку туристичного регіону повинен враховувати на нашу думку такі основні кроки:

- збір інформації;
- моніторинг даних і їх аналіз;
- визначення стратегічних цілей;
- формування банку даних турпродуктів;
- створення регіонального туристичного інформаційного центру (ТІЦ);
- розробку методики з організації інформаційного туру з рекламуванням туристичного і рекреаційного продуктів.

Як бачимо, у кінцевому результаті ми зможемо ширше пізнати нашу країну, її унікальні ресурси, створить безпечні умови для туристів, а отже, позитивно вплине на інвестування іноземцями цієї перспективної галузі економіки нашої держави.

На наш погляд, проведення комплексного дослідження регіональних, краєзнавчих ресурсів національного туристичного господарства дає можливість отримати практичний результат, тобто системні знання про його потенціал і перспективи розвитку. Власне, туристичне краєзнавство і передбачає дослідження характерних, навіть ексклюзивних туристичних ресурсів, ступеня туристичної спеціалізації об'єкта та його практичних підприємницьких перспектив. При цьому екологічний супровід повинен бути органічною частиною будь-якого технологічного процесу на виробництві, в тому числі туристичної галузі [1].

Вибравши об'єктом дослідження специфіку рідного краю крізь призму його туристичної самобутності, варто розпочинати з вивчення окремих одиниць адміністративного поділу держави, області, району, села тощо. Така робота вже ведеться з Львівським інститутом економіки і туризму, починаючи з 2007 року, коли було укладено спільну угоду з Городоцькою і Жовківською районними державними адміністраціями. Відповідно до цієї угоди розроблено план заходів з реалізації проектів «Краєзнавчі, інформаційні і маркетингові дослідження туристичних ресурсів Городоччини і Жовківщини», а також створені робочі групи з числа краєзнавців, екологів, істориків, економістів, студентів, викладачів, і просто тих, хто любить і знає історію свого краю. У завдання цих груп входить збирання та опрацювання матеріалів щодо кожного населеного пункту за розробленою у нашому закладі анкетною, в якій необхідно відобразити такі позиції:

- адміністративно-соціальний статус населеного пункту (наявність сільської ради, пошти, медпункту, якого типу школа, кількість мешканців та ін.);

— транспортне сполучення (вказується відстань від населеного пункту до районного та обласного центрів, якого значення дорога і її якість, який транспорт працює на маршруті: електрички, автобуси, маршрутні таксі);

— перша згадка про населений пункт (рік заснування, в якому джерелі згадано);

— легенди та перекази, пов'язані з походженням назви населеного пункту (вказується прізвище, ім'я та по батькові людини, від якої записано, вік і професія);

— коротка характеристика населеного пункту або навколишньої місцевості в часи Галицько-Волинського князівства (за історичними джерелами);

— життя села за часів Австро-Угорщини (збір інформації у старожилів про те, яким життя було до 1918 року, як оброблялася земля, хто нею володів, що вирощували; чи були в селі панські маєтки (вказати прізвище); чи проживали в місцевості німецькі колоністи, як називалося німецьке поселення-колонія);

— події Першої світової війни і участь у них жителів села (формування легіонів Українських січових стрільців, Українська галицька армія, видатні постаті);

— село під владою Польщі в 1919-1939 рр. (з розповідей людей про господарське життя, громадсько-культурні та політичні організації: діяльність «Пласту», «Просвіти», ОУН тощо);

— село за часів радянської влади (соціальні свободи, колгоспне життя, побут тощо);

— історичні пам'ятки, культові споруди;

— відомі люди села (короткі відомості про історичні постаті, якщо такі були);

— приватні промисли мешканців села раніше і сьогодні (ткацтво, вишивання, ковальство, чинбарство, фермерство, квітникарство тощо);

— народні пісні, звичаї, традиції (притаманні для даного села, вказати дату престольного празника та коротко описати, як його проводять у селянських родинях);

— село сьогодні (чим займаються люди, як розвивається культура, освіта);

— характеристика навколишньої природи (лісові пейзажі, річки, ставки, озера, урочища, балки, цілющі джерела, луки; умови для рибальства, полювання, збирання грибів, купання та інші форми відпочинку);

— умови для розвитку сільського зеленого туризму (тут збирається інформація про наявну інфраструктуру: агрооселі, заклади харчування, готелі, мотелі, контактна інформація про власників агроосель, характеристика умов наявних агроосель);

— інші особливості населеного пункту, що можуть привабити туристів.

Наступним елементом після збору такої інформації є її опрацювання, аналіз, оцінка та визначення пріоритетів розвитку найголовніших напрямів туристичної діяльності у кожному населеному пункті з формуванням банку даних та створенням туристично-інформаційного центру (ТІЦ). У подальшому для кожного виду туризму (пізнавального, сільського (зеленого) агротуризму, спортивно-оздоровчого, замкового, сакрального, ділового та ін.) необхідно обґрунтувати і скласти найбільш перспективні маршрути екскурсій, які включають:

— технологічну карту;

— контрольний текст екскурсій;

— індивідуальний текст екскурсовода;

— схеми маршруту;

— «портфель» екскурсовода;

— паспорт об'єктів та маршрутів.

Безумовно, що на початковому етапі проведення цієї роботи та в період створення туристично-інформаційного центру держава повинна забезпечити належне фінансування як за рахунок державного, так і місцевого бюджетів, грантів тощо.

Загалом сфера туризму повинна бути підпорядкована Міністерству економіки нашої держави, як це зроблено у Німеччині. Поруч з державними структурами у полі-



тиці туризму беруть участь і багато інших об'єктів: комуни, асоціації підприємств, такі як торгово-промислові палати, туристичні товариства, маркетингові організації. Державне сприяння покликане підтримувати туристичний бізнес та збільшувати його шанси у конкурентній діяльності. Розвиток туризму має здійснюватися за принципом: допомога самодопомозі. Сприяння надається тоді, коли власний капітал окремих суб'єктів діяльності є недостатнім для реалізації певних задумів чи кошти на реалізацію цих заходів є занадто високими [3].

Сталий розвиток туристичної індустрії, за висловлюванням О. І. Орленка [8], тісно пов'язаний з кількісними і якісними змінами у роботі туристично-інформаційних центрів, що передбачає здійснення таких послідовних кроків:

- перехід від бюджетного фінансування до самофінансування;
- забезпечення корпоративної уніфікації (ідентичності) та створення корпоративного дизайну;
- підвищення конкурентоспроможності персоналу;
- розробка системи додаткових послуг;
- розробка веб-сайту;
- входження в єдину мережу;
- проходження акредитації;
- розширення меж діяльності впливу.

Відомо, що створення подібних центрів у туристично привабливих населених пунктах стимулює активізацію туристсько-екскурсійної діяльності, підприємницького руху загалом. У перспективі туристсько-інформаційні центри повинні стати елементами системи управління сферою туризму в регіоні.

Чільне місце в організації туристичної діяльності займає реклама туристичного і рекреаційного продуктів. Поки що у вітчизняній туристичній індустрії бракує саме цього «розвиваючого» чинника, культури гостинності і креативних підходів до організації відпочинку та рекреації. Для Західного регіону це особливо актуально, адже Львівська область відома як одне з найкращих місць для рекреації та розвитку туризму. Необхідно зауважити, за теперішніх умов, коли потенційний споживач туристичних і санаторно-рекреаційних послуг здебільшого «відокремлений» від надавача послуг певною інформаційною блокадою і у багатьох випадках обмежений у доступі до інформації про ціни на подорожі, лікування, відпочинок, позбавлений можливостей порівняти їх і обрати кращий для себе варіант, потреба у використанні методів, які одночасно наблизять споживача до надавача послуг очевидна [4].

Отже, проведення інформаційних турів з метою рекламування туристичного потенціалу краю на сьогодні є об'єктивною потребою і заслуговує на особливу увагу.

Проведення інформаційного туру необхідно планувати заздалегідь, визначаючи при цьому терміни його проведення, коло його учасників:

- організатори туру (це може бути рекламне агентство або ж інформаційно-рекламна група, створена на базі профільного закладу);
- замовники, якими можуть бути як санаторно-курортні заклади, так і компетентні міські чи сільські інституції, які зацікавлені у промоції свого туристичного продукту;
- представники мас-медіа, які персонально відбираються на підготовчому етапі з урахуванням можливостей засобів масової інформації, які вони представляють, та компетентності самих відібраних учасників у туристсько-рекреаційній проблематиці.

При цьому на підготовчому етапі проведення інформаційного туру (індивідуального чи комплексного), в який входить набір попередньо узгоджених заходів, хід яких широко висвітлюється у засобах масової інформації та коментується в пресі, на радіо та телебаченні, організатори туру формують план і складають кошторис його проведення. На основному етапі, в ході реалізації туру, організовуються круглі столи, проводяться

публічні дискусії; на завершальному етапі доцільніше організувати брифінги чи підсумкові конференції із залученням засобів масової інформації, науковців, фахівців сфери туризму, представників владних структур, бізнесу тощо [4].

Сьогодні все більше українських туристичних підприємств починають використовувати у своїй повсякденній діяльності можливості мережі INTERNET. Це має важливе значення для розвитку туристичної індустрії, оскільки ми живемо в глобальному світі, а мережа забезпечить безпосередній вихід на зарубіжний та вітчизняний ринки: як на окремі структури чи організації, так і на конкретного споживача туристичного продукту [7].

Отже, створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та закордоном, активізація підтримки розвитку малого та середнього бізнесу у туристичній сфері зумовлюють пошук інноваційних економічних методів, які сприяють активізації функціонування туризму, як надзвичайно важливої галузі економіки нашої держави.

Деякі викладені аспекти з розробки стратегії розвитку туристичних регіонів дають підставу зробити такі висновки:

- для використання потенційних можливостей туристичних регіонів необхідно забезпечити координацію регіональних і місцевих органів щодо розробки і впровадження програм реструктуризації провідних секторів економіки і суспільного життя, а також створення регіональних туристсько-інформаційних центрів (ТІЦ);

- на державному і місцевому рівнях слід забезпечити бюджетне фінансування ТІЦ;

- на регіональному і районному рівнях важливо сформувати громадські об'єднання з числа приватних підприємців і господарів, фермерів, що займаються організацією туристичної діяльності, головним джерелом фінансування розвитку туризму на регіональному рівні повинні стати існуючі суб'єкти господарювання і населення;

- в обласних і районних управліннях економіки та управліннях сільського господарства, особливо в районах, де розвиток туризму, у тому числі сільського, матиме перспективу, доцільно створювати відповідні відділи. Такі відділи могли б стати державними центрами з організації туристичної діяльності на селі, оскільки відповідальність за стратегічну політику на селі покладено на Міністерство аграрної політики;

- на державному і регіональному рівнях необхідно виділити кошти для збору інформації і формування банку даних туристичного потенціалу регіону, починаючи з кожного населеного пункту (села і міста), видати відповідні каталоги і буклети, розмістити зібрані дані на обласних, районних і в разі можливості приватних веб-сторінках, але ця робота повинна виконуватися науковцями і висококваліфікованими фахівцями — обізнаними у сфері туристичної діяльності;

- розвиток туристичного регіону повинен здійснюватися двосторонньо: від регіонального рівня до місцевого і у зворотному напрямі. Чільне місце в цьому повинні посідати органи місцевого самоврядування;

- підготовку фахівців для сфери туризму належить проводити у профільних навчальних закладах, при цьому увагу треба звертати на володіння ними сучасними інформаційними технологіями, вміння вільно спілкуватися іноземними мовами та проводити маркетингові дослідження.

Таким чином, розуміння значущості комплексного підходу щодо вивчення туристичного потенціалу окремих регіональних одиниць з одного боку слугуватиме розробці стратегії їх подальшого розвитку, а з іншого — активізації туристичного бізнесу регіону загалом.

### Література

1. Бомба М. Я., Дмитрова О. С., Бомба М. І. Екологічні проблеми та формування екологічної культури на початку XXI століття // Вісн. Львів. ін-ту економіки і туризму. — Львів: ЛІЕТ, 2007. — № 2. — С. 144–151.

2. Бомба М. Я. Туризм у сільській місцевості Західного регіону і перспективи його розвитку // Сільський господар. — 2007. — № 3–4. — С. 28–30.
3. Бьоме М. Політика сприяння розвитку туризму — досвід землі Саксонія // Львівські економічні бесіди. — Львів, 2007. — С. 38–49.
4. Гайворонюк Н. В. Нові підходи до рекламування туристичного і рекреаційного продуктів (філософсько-методологічний аспект) // Вісн. Львів. ін-ту економіки і туризму. — 2007. — № 2. — С. 37–41.
5. Готельне господарство та туризм у Львівській області // Стат. довідник. — Львів, 2007. — 129 с.
6. Липчук В., Котлінські В. Стратегія як інструмент розвитку туристичного регіону // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Туризм і ресторанний бізнес: сучасні тенденції розвитку». — К.: Київ. нац. торгов.-еконо. ун-т, 2007. — С. 16–18.
7. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туристичній діяльності // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Туризм і ресторанний бізнес: сучасні тенденції розвитку». — К.: Київ. нац. торгов.-екон. ун-т, 2007. — С. 9–11.
8. Орленко О. І. Як створити життєздатний ТПЦ, або етапи великого шляху // Новості турбізнесу. — 2007. — № 15. — С. 15–18.
9. Прейгер Д., Малярчук І. Розвиток іноземного туризму в Україні в контексті розбудови міжнародних транспортних коридорів // Економіка України. — 2001. — С. 20–28.
10. Про заходи щодо розвитку туризму і курортів України: від 21. 02. 2007 р. № 136/2007. — К., 2007.

## ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*Наведено теоретичні та методичні аспекти ціноутворення на ринку туристичних послуг. Розглянуто три основні методи ціноутворення на туристичний продукт. Визначено комплекс чинників, які необхідно враховувати в процесі ціноутворення для формування адекватної ринковим умовам цінової стратегії туристичного підприємства.*

Ціноутворення є одним із важливих елементів маркетингового комплексу, від якого залежать результат господарської діяльності туристичного підприємства та ефективність діяльності всіх його структурних підрозділів.

Процес ціноутворення на вітчизняних туристичних підприємствах має низку недоліків. По-перше, ціни на туристичний продукт визначаються здебільшого на основі вартісного підходу. По-друге, підприємства не мають достатнього практичного досвіду як при формуванні ціни, так і при її використанні в швидкозмінних ринкових умовах. У результаті в процесі ціноутворення практично не враховуються особливості кон'юнктури туристичного ринку та її динаміка; не береться до уваги зв'язок ціни з іншими елементами маркетингу; рівень ціни не повною мірою відповідає якісним характеристикам туристичного продукту, що суттєво впливає на мотивацію споживачів щодо його придбання. Наведені та інші недоліки існуючого ціноутворення в туристичному бізнесі зумовлюють необхідність наукових пошуків і визначають актуальність цієї наукової статті.

Проблемам ціноутворення та управління ціновою політикою суб'єктів господарської діяльності присвячені дослідження таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як Г. Ассель, Б. Берман, Л. В. Балабанова, В. М. Гальперін, В. В. Герасименко, І. П. Денисова, С. І. Дугіна, Дж. Р. Еванс, І. А. Єрухимович, В. Є. Єсіпов, І. А. Желтякова, Ф. Котлер, Є. Крикавський, О. Є. Кузьмін, І. В. Ліпсиц, Г. А. Маховикова, А. П. Наливайко, Т. Негл, В. М. Тарасович та інші; крізь призму галузевої адаптації окреслені наукові проблеми висвітлені в працях О. В. Несторенко, Е. В. Рогатенюк, Л. Г. Агафоновой, Т. І. Ткаченко, Л. М. Шульгіної.

Аналіз теорії і практики ціноутворення засвідчив, що серед чинників ціноутворення, які безпосередньо пов'язані з пропозицією, одним із найважливіших є розмір витрат. Це зумовлено тим, що прийняття рішення виробником про доцільність виробництва певної послуги чи товару, визначення його масштабів в першу чергу залежать від витрат, пов'язаних з виробничим процесом. Не заперечуючи класичні підходи до ціноутворення, зазначимо, що у формуванні ціни на туристичний продукт необхідно враховувати й особливості туристичного продукту, якими є:

- висока еластичність цін у різних сегментах ринку туристичних послуг;
- часовий розрив між періодом встановлення ціни та купівлею-продажем;
- перерозподіл вартості туристичного продукту (на стадії формування проміжного продукту його вартість перерозподіляється між господарюючими суб'єктами, а на стадії кінцевої реалізації туристичного продукту відхилення цін від вартості призводить до перерозподілу доходів між різними групами (споживачів та виробників);
- те, що ціни на туристичні послуги є роздрібними, оскільки туристичні послуги призначені безпосередньо для споживачів;
- високий ступінь конкурентного впливу (на однакові туристичні послуги діють два рівні цін — внутрішні та міжнародні. Внаслідок міжнародного впливу ціни для іноземних туристів встановлюються на вищому рівні);
- сезонна диференціація цін;

- залежність ціни туристичного продукту від виду туру;
- значна вартість різноманітних операцій у процесі реалізації туристичних послуг;
- високий рівень залежності туристичних послуг від мотивації споживача;
- необхідність урахування типології споживання туристичних послуг з метою підвищення ефективності господарської діяльності;
- вплив туристичної ренти.

Наявність цих особливостей туристичного продукту зумовлює використання різних методичних підходів у процесі формування ціни на туристичний продукт.

Аналіз методичних аспектів ціноутворення дозволив виділити три базові підходи, які можуть застосовуватися при формуванні ціни на туристичний продукт.

1. Формування ціни за складовими елементами турпродукту (собівартість). Собівартість турпродукту включає поточні витрати на виробництво, реалізацію й організацію його споживання.

Собівартість туристичного пакета визначається за формулою:

$$e = \sum_{i=1}^n c_i g_i,$$

де  $c_i$  — собівартість  $i$ -ої послуги;

$g_i$  — кількість одиниць  $i$ -ої послуги в складі туристичного пакета.

Незалежно від якісних характеристик, собівартість одиниці послуги може бути подана у вигляді векторної функції:

$$c_i = (c_i(t_j), \dots, c_i(t_m)),$$

де  $c_i$  — собівартість одиниці  $i$ -ої послуги;

$t_j$  — параметри  $j$ -го туру.

2. Розрахунок ціни за етапами просування турпродукту на ринок. За цим підходом, ціна формується із собівартості, непрямих податків за окремими видами послуг, надбавки туроператора, знижки для окремих груп туристів на окремі види послуг і надбавки/знижки з ціни туроператора (комісійна винагорода) на користь турагента, а також з надбавки турагента. Надбавки повинні включати відшкодування витрат туристичної фірми й прибуток. Відповідно до структури ціни на турпродукт ціна турпакета на одного туриста визначається так:

$$P = \frac{C + T + N_{TO} + N_{TA}}{Q_1 + Q_2},$$

де  $P$  — ціна турпакета на одного туриста;

$C$  — собівартість туристичних послуг, що входять у турпакет, сформований туроператором;

$T$  — непрямі податки за окремими видами послуг туризму;

$N_{TO}$  — надбавка туроператора;

$N_{TA}$  — надбавка турагента;

$Q_1$  — кількість туристів у групі;

$Q_2$  — кількість осіб, що супроводжують туристів за визначеним маршрутом.

3. Визначення ціни на основі стратегії розвитку туристичного підприємства. Стратегія ціноутворення повинна відповідати цілям розвитку, відповідно, виходячи із задекларованої стратегії розвитку, видозмінюється й цінова політика. Наприклад, вона може:

- прагнути до стримування цін нижче рівня конкурентів;
- орієнтуватись на ціни конкурентів;
- встановлювати вищі ціни, ніж у конкурентів, для збереження престижної ціни;

- встановлювати ціну для максимізації рентабельності продажів, чистого власного капіталу й усіх активів підприємства;
- збільшувати обсяг реалізації туристичних послуг за рахунок низьких цін;
- встановлювати ціну для стабілізації ринкової позиції, збільшення прибутковості й зміцнення позиції підприємства на ринку;
- встановлювати ціни, що забезпечують одержання певного відсотка доходу від обсягу інвестицій;
- використовувати ціни для збільшення обсягу прибутку від комплексу турпослуг, а не від окремих видів послуг;
- забезпечувати стабільність збуту туристичних послуг.

Підсумовуючи викладені підходи, зазначимо, що процес ціноутворення вимагає створення інформаційної бази, яка б містила всю інформацію про чинники, що впливають на рівень цін, а саме зовнішні та внутрішні чинники розвитку туристичного підприємства.

Зовнішні фактори:

- співвідношення попиту та пропозиції;
- рівень і динаміка конкуруючих цін;
- ступінь державного регулювання сфери туризму;
- платоспроможність, інтереси й уподобання споживачів.

Внутрішні чинники, або цілі ціноутворення:

- максимізація поточного прибутку від формування й реалізації турпродукту;
- утримання позиції на ринку;
- досягнення лідерства за якістю пропонованих турпродуктів;
- прагнення турфірми до збільшення темпів росту, навіть за рахунок деякого зниження доходів;
- зацікавленість туроператора й турагента в збільшенні своєї частки на ринку;
- прагнення уникнути банкрутства.

Складність урахування всього комплексу чинників ціноутворення зумовлена насамперед їх взаємопов'язаністю, а також суб'єктивним характером окремих із них. Зокрема, до суб'єктивних чинників ціноутворення на туристичний продукт зараховують і психологічне сприйняття споживачем цінності й ціни послуги, його чутливість до зміни цін.

Аналіз практичних аспектів ціноутворення в туристичному бізнесі дозволив дійти висновку, що для визначення ціни не враховуються альтернативні витрати. Це пов'язано з тим, що існує низка видів витрат у виробництві туристичних послуг, які не враховуються в бухгалтерських витратах. Однак їх облік для визначення витрат туристичної послуги вкрай необхідний. Крім фактичних видатків, необхідно також враховувати кон'юнктуру туристичного ринку, чисті інвестиції й дисконтування.

Ціноутворення включає й політику щодо застосування знижок на туристичні послуги, а також диференційованих цін і тарифів на подібні послуги.

Крім попиту, ціна на турпослуги залежить рекламної політики. Якщо зниження ціни призводить до зростання попиту на туристичні послуги, ефективна реклама спроможна підвищити ціни на туристичні послуги. Разом з тим, іноді відзначається явна невідповідність між ціною турпослуги й ступенем задоволеності нею споживачів.

Політика ціноутворення на туристичну послугу повинна адекватно відображати і якість послуг. У цьому контексті зазначимо, що поведінка сучасного споживача істотно змінилася — значно зросло значення категорії якості в контексті її відповідності міжнародним стандартам. Якість туристичної послуги визначається не тільки технологічними вимогами до виконання відповідної операції, але й часом очікування, комфортністю одержання послуги, зручністю інформаційного обслуговування, характеристиками мережі обслуговування тощо. Споживач здійснює вибір не лише на основі ціни, й з

урахуванням співвідношення «ціна-якість». Цінова політика туристичного підприємства повинна будуватися відповідно до реалізації показників якості послуги, встановлених споживачем. Однак підвищення рівня якості спричинює збільшення витрат, що знижують розмір прибутку, тому результати рішень за рівнем якості надання послуг багато в чому визначаються параметрами, вибір яких залежить і від позиції споживача.

Туристичний бізнес характеризується певними особливостями підприємницької і маркетингової діяльності, які необхідно враховувати в процесі ціноутворення на послуги. Сучасні економічні умови функціонування ринку туристичних послуг суттєво впливають не лише на методи ціноутворення, а й на процес розрахунку витрат та визначення обсягу прибутку в ціні.

Підсумовуючи проведені дослідження, зазначимо, що для вибору ефективної політики ціноутворення в туристичному бізнесі необхідно враховувати такі чинники:

- характеристики туристичного продукту;
- сукупні витрати на виробництво, їхню структуру та резерви зниження;
- характеристики споживачів;
- фазу життєвого циклу турпродукту на ринку;
- кон'юнктуру туристичного ринку;
- політику уряду у сфері ціноутворення;
- позицію на ринку та імідж підприємства;
- загальну і маркетингову стратегії підприємства;
- мету і завдання ціноутворення.

Водночас необхідно вчасно реагувати на ринкові зміни, застосовуючи цінову тактику, а також реалізувати нецінові заходи, що в комплексі забезпечить досягнення стратегічної мети підприємства.

Врахування наведених вище умов, розробка внутрішньої моделі механізму взаємодії між рівнем ціни та якості дозволять збільшити попит на туристичні послуги, підвищити ефективність діяльності туристичних підприємств та сформулювати оптимальну цінову стратегію на ринку туристичних послуг.

### Література

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / Київ. ун-т туризму, економіки і права. — К.: Знання України, 2002. — 352 с.
2. Артемова Т. И. Стоимость и цена: логико-исторический процесс формирования / НАН Украины; Ин-т экономики и прогнозирования. — К.: Основа, 2006. — 448 с.
3. Афонин А. С. Ценообразование в бизнесе: Практ. руководство / Межрегион. акад. управления персоналом — К., 1994. — 32 с.
4. Борисова В. А. Ценовая политика предприятия как составной элемент финансового планирования / Сумской гос. аграр. ун-т. — Сумы: Козацький вал, 1997. — 30 с.
5. Ткаченко Т. І. Управління суб'єктами туристичного бізнесу в умовах сталого розвитку: Автореф. дис... д. е. н.: 08.06.01 / Київ. нац. торговельно-екон. ун-т. — К., 2006. — 36 с.

УДК 338.487.659.1

Стручок Н. М.

## РЕКЛАМА ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*У статті зосереджено увагу на рекламній кампанії туристичних підприємств, — як рушійному чиннику їх розвитку. Вказано перелік каналів поширення інформації, якими користується туристична фірма. Запропоновані основні показники розрахунку вартості реклами. Вказано переваги та недоліки рекламних кампаній.*

Життя сучасного суспільства потребує наукових досліджень у різних галузях підприємницької діяльності, однією з найперспективніших серед яких є туризм. Перехід до ринкової економіки зумовив необхідність перегляду існуючої точки зору й активізував наукові дослідження в цьому напрямі. Діяльність кожного підприємства туристичної індустрії пов'язана з рекламною компанією.

Реклама — внутрішньо властивий елемент ринку, один із найважливіших елементів його розвитку. Вона в ринковій економіці виконує багато функцій, і тому існує багато форм і видів рекламної діяльності. До каналів поширення відносять: засоби масової інформації, спеціалізовану друковану продукцію, зовнішню рекламу, засоби «директ мейл», фантазійну рекламу, товарну рекламу, інші засоби просування реклами [1, 134].

У туризмі використовують такі відомі засоби реклами:

1. Друкована реклама — пакет поліграфічних видань, що містить інформацію про фірму або її турпродукт. Носіями друкованої реклами є: рекламні листівки, буклети та фолдери, проспекти та брошури, туристичні каталоги, туристичні карти.

2. Реклама в пресі означає публікацію рекламних звернень у газетах і журналах. Існує багато форм розміщення реклами в пресі. Серед них — кольорові та чорно-білі блоки й модулі, рядкові оголошення тощо. Багато туристичних і неспеціалізованих видань «під сезон» віддають цілі смуги під стандартизовані рядкові оголошення, що будуються за принципом: маршрут, термін, графік від'їздів, місце відправлення, транспорт, проживання, послуги, ціни, додаткова інформація, фірма-агент.

3. Відеореклама має суттєві переваги у порівнянні з іншими засобами, оскільки здійснює матеріалізацію турпродукту, впливає на емоційну сферу людини, і дозволяє точно спрямувати рекламний тиск. Носіями відеореклами є відео- та телеролики, Інтернет-реклама.

За даними Всеукраїнської рекламної коаліції, затрати на рекламу у 2006 році за каналами розповсюдження відображено на рисунку [4, 35].

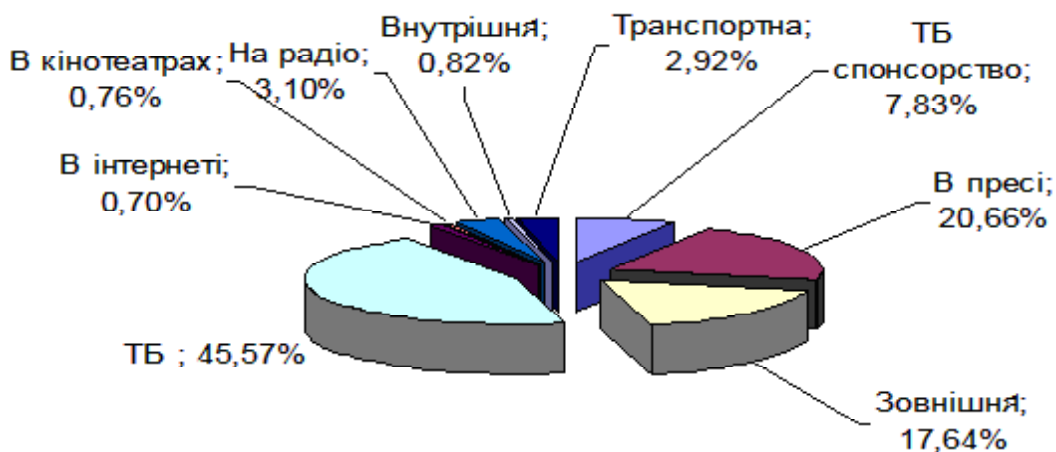


Рис. 1. Витрати на рекламну діяльність за каналами розповсюдження реклами.



Реклама в туризмі має характерні риси, які визначаються специфікою галузі і її товару — туристичних послуг. Ця відмінність полягає у тому, що:

- туристична реклама несе велику відповідальність за правильність і точність повідомлень, які подаються за її допомогою;

- послуги, які на відміну від традиційних товарів, не мають постійної якості, смаку, корисності, вимагають пріоритетного розвитку таких функцій реклами, як інформативність і пропаганда;

- специфіка туристичних послуг передбачає необхідність використання глядацьких, наочних засобів, які повніше відображають об'єкти туристичного інтересу (кіно-, фотоматеріали, картини, ілюстровані матеріали тощо);

- реклама є постійним супутником туризму і обслуговує людей не тільки до, й під час і після подорожі, що покладає на неї особливу відповідальність.

Підприємства, які працюють у сфері туризму, змушені планувати свою рекламну політику в багатьох напрямках. Саме реклама часто стає основою для прийняття рішення про подорож, вибір готельного комплексу, набору послуг. Зміст рекламних звернень залежить від напрямку рекламних зусиль. Розробляючи рекламну продукцію, що призначена для туриста, необхідно застосовувати різноманітні засоби 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 пропозицією, менеджер показує йому турпродукт за допомогою рекламних звернень (друкованих слайдів, фільмів, фотографій, Інтернет-слайдів тощо), що є набагато ефективніше. Ставлення підприємців до рекламної діяльності поступово змінюється. Аналіз преси показав, що на початку досліджуваного періоду рекламні оголошення туристичних підприємств були представлені по 1,5–2 місяці двічі на рік і частка їх у загальній масі оголошень не перевищувала 17 %. На шпальтах туристичних журналів були розмішені іміджеві блоки лише 4–6 найбільших підприємств. Нині у рекламних виданнях туристична рубрика існує цілорічно, а її частка серед оголошень збільшилась до 26–29 % у міжсезоння та до 41–44 % у сезон [1, 281–282]. Спеціалізована туристична преса структурована таким чином, щоб читач перебував під впливом кількох комунікаційних елементів: поряд з інформаційною статтею зазвичай надається логотип («фірмовий стиль») та рекламний блок того підприємства, що пропонує тур, про який йшлося у статті.

Комунікативний ефект реклами полягає в її впливі на свідомість, мотивацію та поведінку особистості. Існує багато методів для визначення комунікативного ефекту до та після виходу рекламного звернення:

1. Відзив з допомогою. Споживачу демонструють окремі рекламні звернення та за допомогою спеціально сформованих питань в усній формі з'ясовують, як вплинула реклама на ставлення респондента до фірми, регіону або окремого туру.

2. Відзив без допомоги. На відміну від попереднього методу, допускає використання структурованих анкет із семантичним диференціалом.

3. Метод Геллапа-Робінсона допомагає оцінити запам'ятовуваність реклами одразу після рекламного контакту. Через певний час після виходу реклами респондентам пропонують перелік торгових марок, з яких необхідно вибрати ті, що були прорекламовані у визначених рекламоносіях.

4. Метод Старча дозволяє оцінити цільову аудиторію фірми на групи залежно від того, наскільки кожний її представник у змозі пригадати зміст рекламного звернення.

5. Метод «схованок» полягає в тому, щоб запропонувати респондентам рекламні звернення, з яких вилучено марку. Респонденти повинні не лише впізнати марку, а й описати асоціації, викликані цим зверненням [2, 307].

З огляду на зниження ефективності реклами через перенасиченість рекламного простору, більшість підприємств усвідомлює необхідність пошуку методів індивідуалізованих комунікацій зі споживачем. Саме тому зараз набули високої популярності виставкові заходи, внаслідок чого збільшується пропозиція з боку організаторів виставкових заходів і попит на участь у них з боку туристичних підприємств. За даними Виставкової федерації України, кількість виставок, що відбулись під тематикою «Туризм» з 2002 до 2005 року зросла втричі (від 8 до 24 заходів протягом року), а за більш широкою тематикою: «Спорт, туризм, дозвілля, розваги, ігри і відповідне обладнання» — збільшилась за цей же період у 3,4 раза.

Найпопулярніші виставки, в яких постійно беруть участь усі великі вітчизняні туристичні підприємства та близько 71 % середніх — це Міжнародна туристична виставка «Україна-Подорожі та Туризм», Міжнародний туристичний салон «Україна», Міжнародна туристична виставка «Подорожі та туризм» та ін. Українські підприємства збільшують своє представництво у 2 найпрестижніших світових виставкових заходах: найбільш відомою є Міжнародна туристична біржа у Берліні та Міжнародна біржа у Лондоні. Обсяги контрактів на міжнародних туристичних виставках з іноземними туроператорами збільшились, що зумовило зростання кількості прийнятих туристів (наприклад «Гамалія» у 2002 році прийняла близько 1,5 тис. іноземців, а після участі у виставках лише протягом 10 місяців 2005 р. — 8 тис. іноземців) [4].

Здійснення рекламної діяльності тісно пов'язане з проблемою фінансування, розробкою і виконанням рекламного бюджету. Вдало складений і проаналізований бюджет сприяє чіткому визначенню цілей і вибору методів їх досягнення. Підприємства туристичної інфраструктури при складанні рекламного бюджету повинні врахувати такі чинники:

- обсяг і розмір майбутнього ринку (сегмент, регіон, країна);
- специфіку рекламного туристичного продукту і стадії його життєвого циклу;
- ймовірний обсяг продажу і прибутку;
- затрати на рекламу конкурентів;
- власні фінансові можливості.

Основними його складовими за функціями рекламної діяльності є адміністративні витрати (заробітна плата працівників, накладні витрати), витрати на придбання рекламного простору, виробничі витрати та рекламні дослідження. Досвід іноземних туристичних фірм показує такі ймовірні витрати на рекламну діяльність (див. табл.) [2, 303].

Таблиця 1

#### Основні статі рекламного бюджету іноземних туристичних фірм

Статі рекламного бюджету	Частка в бюджеті, %
Купівля засобів розповсюдження реклами	70–90
Адміністративні витрати	5–10
Виробничі затрати	5
Рекламні дослідження	до 15

При виборі засобів розповсюдження інформації необхідно кожному підприємству туристичної інфраструктури брати до уваги вартість реклами. Для підприємств туристичної індустрії вартість рекламного продукту розраховується двома способами:

1. Загальні витрати на рекламу.
2. Витрати в розрахунку на тисячу читачів (глядачів, слухачів), які розраховуються за формулою:

Вартість реклами

$$\text{на тисячу читачів} = \frac{\text{Загальні витрати на рекламу}}{\text{Тираж видання або глядацька аудиторія (тис. чол.)}}.$$

(глядачів, слухачів)

Необхідно також провести розрахунок з урахуванням неактивної аудиторії. Неактивна аудиторія — це та частина аудиторії, на яку спрямована реклама, але яка не є цільовим ринком туристичного підприємства.

Найчастіше у рекламній діяльності підприємства допускаються таких помилок:

— для розповсюдження інформації використовують канали без розрахунку таких важливих критеріїв, як рейтинг носія, охоплення, сума рейтингових пунктів, питоми витрати на охоплення тисячі респондентів, вартість рейтингового пункту;

— сегментація ринку, яка має бути основою розроблення комунікаційної політики туристичних підприємств, не проводиться належним чином;

— у деяких друкованих носіях рекламна продукція непрезентабельна та малоінформативна;

— рекламні проспекти значною мірою перевантажені зайвою інформацією і споживачу важко в них орієнтуватись;

— недосконаліми є й внутрішні комунікативні елементи: кількість внутрішніх показників обмежена, в офісах великих підприємств важко орієнтуватись. Це притаманне значній частині готелів-партнерів, рекомендованих співробітниками туристичних підприємств, що також негативно впливає на імідж останніх.

З проведеного дослідження можемо побачити, які найрізноманітніші засоби розповсюдження інформації може використовувати підприємство туристичної індустрії, як правильно складений рекламний бюджет дозволить підприємству ефективно працювати в умовах конкурентної боротьби, яким чином кожна туристична фірма може вдало організувати свою рекламну компанію і як вона впливатиме на прибуток підприємства.

#### Література

1. *Забалдіна Ю. Б.* Маркетинг туристичних підприємств: Навч. посібник. — К.: Муз. Україна, 2002. — 196 с.
2. *Шульгіна Л. М.* Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: Монографія. — К.: Київ. нац. торгово-екон. ун-т., 2005. — 537 с.
3. *Куфляк В. Д.* Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Книги-XXI, 2003. — 300 с.
4. Матеріали III науково-практичної конференції. — Дніпропетровськ, 2007. — Т. 2. — 88 с.

УДК 338.487

Сидоренко І. О.

## ФУНКЦІЯ КОНТРОЛЮ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*У статті охарактеризовані основні види контролю щодо забезпечення якостей туристичних послуг. Детально проаналізовано один із методів контролю, що є ефективним засобом стимулювання творчої активності усіх працівників туристичного підприємства, — «гуртки якості». Обґрунтовано необхідність створення спеціальної системи якості на туристичному підприємстві з метою вдосконалення управління внутрішньою діяльністю.*

Контроль у системі управління якістю (СУЯ) має важливе значення. Від його досконалості й точності виконання залежить ефективність усієї системи. На туристичних підприємствах (організаціях, фірмах) застосовується значна кількість видів контролю, що відрізняються між собою за характером об'єктів контролю; методами виконання; місцем у виробничому процесі; охопленням контрольованої продукції тощо.

Об'єктами контролю можуть бути туристичний продукт; послуги; продукція; процеси створення і застосування; транспорт; зберігання; технічне обслуговування; ремонт продукції; відповідна технічна документація [1, с. 171]. Види контролю класифікують за такими ознаками:

*місцем організації на тому чи іншому етапі життєвого циклу продукції:*

- виробничий контроль, що здійснюється на стадії виробництва продукції;
- експлуатаційний, що здійснюється на стадії використання чи споживання продукції;

*місцем розміщення у виробничому процесі:*

- вхідний контроль продукції постачальника, що надійшла до споживача або замовника для використання при виготовленні, ремонті або експлуатації виробів;
- операційний контроль — під час виконання або після завершення технологічної операції;

*ступенем охоплення продукції:*

- повний контроль об'єкта у складі партії;
- вибіркового контролю певної сукупності;

*впливом на об'єкт контролю:*

- руйнівний контроль, внаслідок якого унеможливується подальше використання об'єкта за призначенням у зв'язку з його пошкодженням від засобів контролю;
- неруйнівний контроль, внаслідок якого можливе подальше використання об'єкта контролю;

*характеристиками об'єкта контролю:*

- інструментальний контроль із застосуванням засобів вимірів;
- органолептичний контроль на основі сприйняття інформації органами чуття людини;

*іншими ознаками:*

- інспекційний контроль, що здійснюється з метою перевірки правильності проведення контролю;
- швидкий контроль, який проводять, не обумовлюючи терміну проведення, тощо.

Туристичне підприємство (організація, фірма), що будує свою систему управління якістю (СУЯ) відповідно до стандартів якості, має розробити й підтримувати порядок контролю за всією документацією та даними, що стосуються всієї системи. Контроль за документацією починається з моменту створення документів і триває до моменту їх знищення. Для здійснення ефективного контролю за документацією необхідно чітко визначити розроблені методики: ідентифікації документів; підготовки і затвердження документів; контролю за розподілом; зміни (модифікації) документів.

Ідентифікувати документи можна за допомогою надання коду, що вказує на відділ, який має стосунок до розробки документа. Може існувати цифра коду, яка вказує на тип документа (методика, інструкція, вказівки тощо). Процедура контролю за документацією має чітко визначити відділи, які відповідають за розроблення різних типів документів. Крім того, необхідно визначити рівні, на яких документи затверджуються. Рекомендується також розробляти систему отримання інформації про надходження документів із відповідних відділів. Зміни у документацію мають вноситися після офіційного аналізу їх відділом, який розробляв первинний документ. Для ефективного контролю документації необхідно мати перелік усіх документів із систем якості.

Інший метод контролю, як гуртки якості, одночасно дозволяє вирішити певні проблеми якості і є ефективним засобом стимулювання творчої активності всіх працівників туристичного підприємства (організації, фірми).

Одночасно гуртки якості вирішують на підприємстві два завдання: масове навчання працівників туристичного підприємства (організації, фірми) конкретним прийомом і методам підвищення якості продукції; використання творчих здібностей людей для вирішення проблем виробництва.

Для успішної діяльності гуртків якості на підприємстві необхідно розробити і впровадити систему заходів, яка б передбачала: підтримку першого керівника (йому відводиться особлива роль в організації всієї діяльності із забезпечення якості туристичного продукту (послуг) на підприємстві); інженерне забезпечення: створення виробничих умов; навчання прийомом роботи; творчий пошук рішень; координація настанов на всіх рівнях управління на фірмі; систему збору; аналізу; розгляд і впровадження пропозицій гуртків; контроль за всіма процесами у сфері якості з боку адміністрації; систему обміну передовим досвідом як на підприємстві, так і в регіональному, галузевому і національному масштабі; систему заохочень (і не лише матеріальних: призи найкращим гуртками, заохочувальні тури тощо [3:215]).

При побудові ефективної СУЯ в діяльності гуртків якості необхідно прагнути до неформального об'єднання людей з психологічною сумісністю, з урахуванням віку, інтересів, кваліфікації.

Найкращі результати досягаються тоді, коли в гурток якості входить від 5 до 15 осіб, які працюють на одній виробничій ділянці і пов'язані одним технологічним циклом. Якщо в гуртку якості менше 5 осіб або більше 15 — праця менш ефективна.

Для управління гуртком якості обирають керівника із числа його учасників. Це переважно неформальний лідер, хоч і не виключений варіант, коли керівником гуртка стає старший з виробничих обов'язків [2:110].

Процес навчання має особливе значення для успішної діяльності гуртків якості. Віддача від цих творчих об'єднань може бути отримана не одразу після їх створення. Наявність гуртків якості на всіх рівнях управління і в усіх підрозділах туристичного підприємства (організації, фірми) створює умови саморегулювання процесу їх роботи, наявність «зворотного» зв'язку і контролю виконання. На рис. 1 відображений повний цикл роботи гуртка якості.

У сучасних умовах господарювання в діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) спостерігаються негативні наслідки звичайного контролю якості, оскільки він не:

- підвищує якості, а призначений тільки для відокремлення поганого від доброго;
- сприяє підвищенню цінності, але підвищує витрати;
- потрібен там, де процеси засвоєні надійно;
- забезпечує досконалість туристичного продукту, товарів та послуг, процесів і методів роботи.

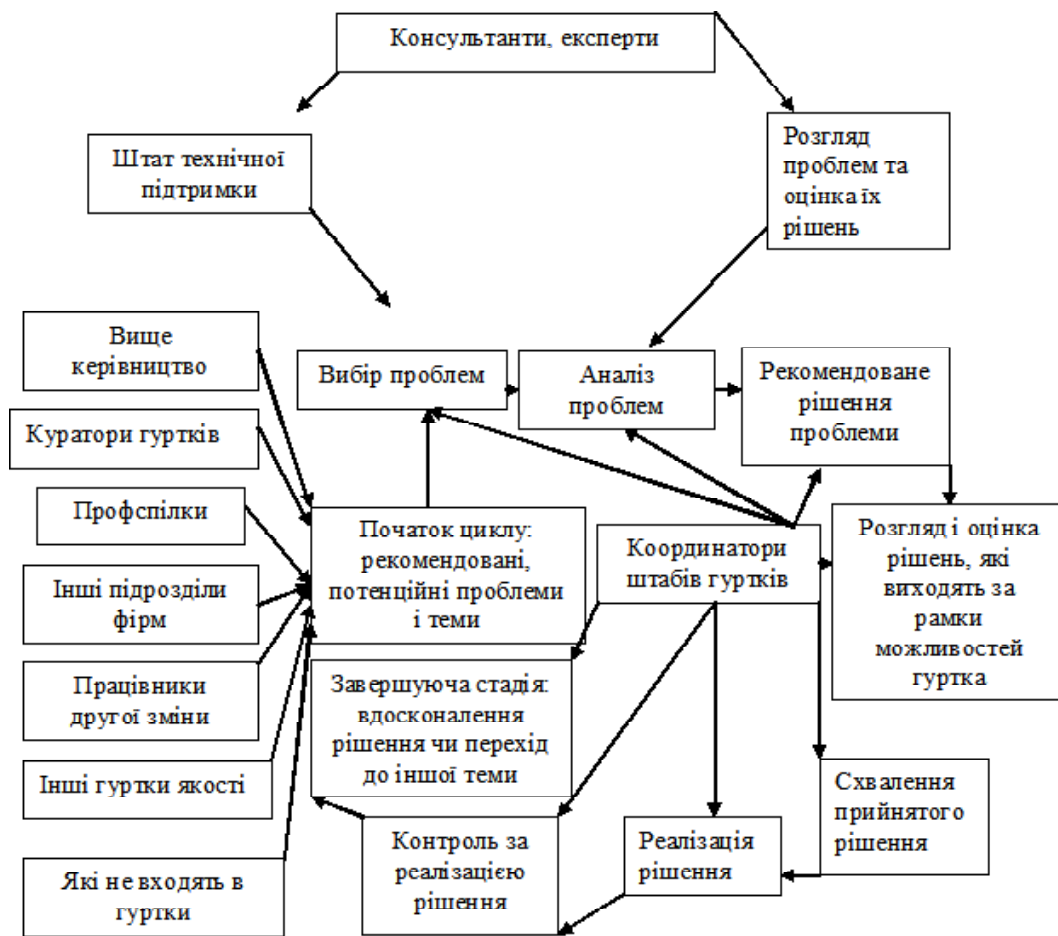


Рис. 1. Цикл роботи гуртка якості [2:111]

Важливо в процесі управління якістю туристичного (продукту) послуг використовувати самоконтроль.

Очевидно, що якість має бути закладена у виробі чи послугі, а не доведена контролем. Покращання власної роботи забезпечується за рахунок правильного, грамотного керівництва, з одного боку, і осмисленої поведінки кожного співробітника підприємства, його добросовісного ставлення до справи — з іншого. У результаті на туристичному підприємстві (організації, фірмі) створюється філософія «корпоративної культури», змістом якої є діяльність людського чинника, розуміння того, що якість — піклування кожного.

Розглянемо значення внутрішньовиробничого контролю в забезпеченні послуг високої якості на туристичному підприємстві (організації, фірмі). З-поміж існуючих і широкоживаних методів забезпечення виробництва послуг високої якості на підприємствах сфери туризму чільне місце належить внутрішньовиробничому контролю.

Головне завдання контролю на фірмі — постійно забезпечувати необхідний рівень якості, зафіксований у нормативних документах, через безпосередню перевірку кожної послуги й цілеспрямований вплив на умови й чинники, що забезпечують таку якість. Успішно розв'язати це завдання можна за допомогою правильного вибору об'єктів і методів контролю. Об'єктами контролю на фірмі є всі компоненти виробничої системи та взаємопов'язаних з нею елементів, тобто вхід (ресурси), сам виробничий процес, вихід туристичної послуги (продукту).

Необхідність контролю ресурсів (матеріалів, енергії, засобів праці, інформації, фінансів, персоналу тощо) на вході системи зумовлюється тим, що їхня якість значною мірою визначає конкурентоспроможність готового продукту праці.

Контроль на виході виробничої системи та її підрозділів має запобігати потраплянню неякісної послуги споживачеві або передачі її на наступні технологічні фази (стадії) з усіма негативними наслідками. Такий контроль уможливорює також постійне інформування керівництва про рівень виконання виробничих завдань та досягнуті економічні результати виробництва. Рівень витрат на контролювання якості та загальна ефективність такого контролю істотно залежать від вибору тих або інших методів (видів) контролю (табл.1).

Таблиця 1

**Класифікація видів контролю якості послуг  
на туристичних підприємствах (організаціях, фірмах)**

Ознаки класифікації	Основні види контролю
Організаційна форма	Суцільний; вибірковий; статистичний; летючий; Інспекційний.
Характер контрольних операцій	Візуальний; геометричний; лабораторний аналіз; Контрольно-здавальні випробування.
Стадія виробничого процесу	Вхідний (контроль ресурсів); проміжний (контроль процесу); вихідний (контроль турпродукту(послуг)).
Вплив на перебіг технологічного процесу	Активний та пасивний
Застосовувані засоби контролю	Автоматизований; механізований та ручний
Місце здійснення	Стационарний; змінний

Джерело: систематизовано автором

З них найбільш ефективними вважають: за впливом на перебіг технологічного процесу — активний; за засобами, що використовуються, — автоматизований; за організаційними формами — статистичний.

Оцінка підвищення якості в діяльності та конкурентоспроможності послуг туристичного підприємства (організації, фірми) має проводитися на основі комплексного аналізу кінцевих підсумків його ефективності.

Економічна сутність ефективності підприємства полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат домогтися істотного збільшення прибутку. Кількісно вона вимірюється зіставленням двох величин: отриманого в процесі виробництва результату і затрат живої та уречевленої праці на його досягнення. Вимір економічної ефективності підприємства вимагає її кількісної та якісної оцінки, тобто визначення критерію і показників ефективності суспільного виробництва. Прибуток від реалізації туристичного продукту (послуг) у цілому в підприємстві залежить від чотирьох факторів: обсягу реалізованих послуг (ВПП); структури (УДі); собівартості (Сі) та рівня середньореалізаційних цін (Ці).

Місія туристичних підприємств (організацій, фірм) має бути спрямована на забезпечення своїх клієнтів тільки якісними, цікавими маршрутами і доступними для всіх груп споживачів з метою завоювання конкурентних позицій у сфері туризму. Цілі туристичних підприємств відображено на рис. 2.

Можливі способи досягнення цілей мають полягати у наступному: забезпечення цілорічних продажів путівок шляхом диференціації пропозицій, тобто пропозиція турів з урахуванням сезонності і попиту з боку споживачів. Від цього залежить обсяг продажів.

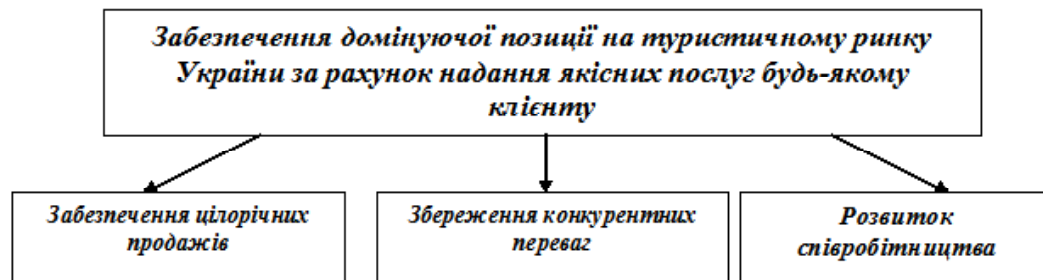


Рис. 2. Дерево цілей туристичних підприємств (організацій, фірм)

Конкурентні переваги туристичних підприємств (організацій, фірм) можна забезпечити за рахунок таких заходів:

- постійне проведення маркетингових досліджень кон'юнктури ринку;
- дослідження тенденцій розвитку туристичного ринку;
- диференціювання пропонованих і додаткових послуг;
- розширення мережі агенцій з реалізації, залучення значної кількості регіональних агентств;
- співробітництво (з агентствами київськими та регіональними — 100 % реалізація путівок, що дозволить охопити значний обсяг ринку споживачів; з транспортними компаніями, що дасть гарантію якісного і постійного обслуговування; з готельними комплексами, що дозволить підвищувати рівень класності, не піднімаючи цін на туристичні путівки).

Отже, управління якістю в діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) потребує створення системи якості, яка б за допомогою функції контролю сприяла управлінню процесами, що відбуваються в організації в ході здійснення комерційної діяльності; виявлення різноманітних невідповідностей у послугах чи виробництві туристичного продукту й усунення цих невідповідностей, а також виявлення їх причин і запобігання негативним наслідкам.

### Література

1. Доманцевич Н. І., Полікарпов І. С., Яцишин О. Л. Основи стандартизації, метрології та управління якістю. — К.: НМЦ «Укоосвіта», 1997. — 219 с.
2. Окрепилов В. В. Управление качеством. — М.: Изд-во стандартов, 1998. — 639 с.
3. Рекламно-информационная деятельность и изучение спроса в области международного туризма: Сб. науч. тр. — М.: Пробл. НИ лабор. по иностр. туризму, 1984. — Выпуск 6. — С. 21–22.



УДК 379.833

Білоцерківська Т. М.

## ХОСТЕЛИ, ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ РОЗВИТКУ В'ЇЗНОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ

*У статті розглядається доцільність створення та функціонування в Україні спеціальних закладів розміщення для молоді — хостелів. Доводиться незаперечне значення хостелів у розвитку молодіжного в'їзного та внутрішнього туризму. Визначені першочергові завдання, що стоять перед Україною, стосовно створення та функціонування хостелів.*

Туризм — найдемократичніша форма людських контактів, його головна мета — зміцнення і примноження гуманістичного потенціалу співтовариства, сприяння миру і злагоди між народами. Проблема єдності світу, суспільної солідарності — це насамперед питання про можливість злагоди серед людей. Особлива соціальна цінність і значущість туризму полягає в тому, що він може виконувати миротворчу роль у ситуаціях міжнародних та інших конфліктів, бути стабілізатором цивільної згоди, чинником добросусідства, дружби і взаєморозуміння людей. Внутрішній туризм, у свою чергу, є дієвим чинником, що об'єднує націю. Відповідно, можна стверджувати, що подальший розвиток суспільства, взаєморозуміння між народами та в межах країни буде залежати від молоді, що вже сьогодні прагне пізнати невідоме, познайомитися з цікавим, знайти однодумців як у своїй країні, так і за її межами. Подорожуючи, молоді люди прагнуть отримати максимальну кількість вражень та спілкування за мінімальну ціну, оскільки не мають великих доходів. Тому сьогодні для України є дуже актуальним створення й функціонування спеціальних засобів розміщення для молоді. Такими засобами розміщення в усьому світі вважаються так звані «хостели».

Слово «хостел» походить від англійського «hostel» — молодіжний готель чи база відпочинку. Для молоді різних країн хостели є найпопулярнішим і найдешевшим варіантом проживання за кордоном. Головна відмінність хостелів від звичайних готелів полягає у недорогому проживанні й в особливій щирості та демократичній атмосфері з боку працівників, які в них працюють. Для цього в хостелах існують спеціально передбачені кімнати для спілкування (meeting rooms), а влітку такі зустрічі проводять фахівці на свіжому повітрі на зелених галявинах. На відміну від готелю, який здебільшого розглядається винятково як «місце, де можна поспати», хостел — це особливий світ, у якому можна і потрібно спілкуватися і заводити нові знайомства. Найдешевші хостели в Туреччині (\$ 4–6 за добу), найдорожчі — в Японії, США, Амстердамі і Лондоні (близько \$ 50 двомісний номер за добу). Середня ж ціна в Європі — \$ 10–15. За цю суму в хостелах пропонується мінімально необхідний набір послуг: пральня, поштова скринька, камера схову, сейф для зберігання особистих речей, Інтернет, комп'ютер, факс, обладнана кухня, усі бажаючі можуть скористатися послугами бару та їдальні, відпочити за грою в більярд. Номери в хостелах поділяються за категоріями. Можна поселитися в номері великою компанією чи вибрати одномісний номер. Велике значення для студентської молоді має можливість придбання дисконтної картки Міжнародної хостел федерації. Вона продається в кожному молодіжному готелі і коштує \$ 12. Така картка дає змогу витратити коштів на 30 відсотків менше від належної суми. До речі, для проживання в хостелах необов'язково бути студентом. Тому в хостелі може зупинитися будь-який турист, що забронював номер. Більш ніж у 60 країнах світу діє понад 4 500 тис. хостелів, і щороку тут зупиняються до 35 млн. мандрівників.

Прообраз сучасних хостелів з'явився ще в далекому 1909 році. Тоді німецький учитель Річард Ширрманн задумав недільні заміські прогулянки зі своїми учнями.

Але учні його були дуже небагаті і їм було складно знайти придатне місце для ночівлі. Компанії доводилося ночувати в школах, що були вільні у вихідні дні і під час канікул. Так вчителю спало на думку організувати постійні місця ночівель для учнів і він почав пропонувати нічліг молодим мандрівникам у школі, де працював. Увечері з класів забирали столи і стільці, а на підлогу клали мішки із соломою. Зранку кожен постоялець допомагав поставити всі меблі назад і вимести залишки соломи. Пізніше, хостел був перенесений у замок Алтени, де працює і зараз. З часом шкільна гостинність трохи змінилася — зараз у багатьох країнах університетські гуртожитки перетворюються в хостели на час канікул, якщо канікули тривають понад один тиждень. Правда, у країнах Східної Європи в такі хостели приймають тільки туристичні групи, а одного туриста можуть не взяти. У середині минулого століття ідею малобюджетного туризму допомогли розвинути «хіпі»: backpacking (від англ. backpack — рюкзак) увійшов у моду. Пристрасть до зміни місць при готовності задовольнитися мінімальною кількістю зручностей призвела до росту популярності хостелів. Зараз у таких гуртожитках зупиняються студенти або випускники університетів, яким важливо взяти участь у ритуальній подорожі Європою, перед тим як остаточно розпрощатися зі студентським життям і зануритися в нецікаві ділові будні. Майже всі хостели об'єднані в хостельні мережі, з яких найбільші: Міжнародна федерація молодіжних хостелів (IYHF — International Youth Hostel Federation) та її партнер — мережа європейських хостелів (European Youth Hostel Federation). Усі хостели приймають від постояльців однакові картки знижок. Найбільша і найпопулярніша у світі мережа хостелів — це International Youth Hostel Federation. Картка цієї системи дає право на одержання знижок у хостелах, акредитованих Міжнародною федерацією. Ця федерація має статус неурядової некомерційної організації і працює під егідою ЮНЕСКО. Організація встановлює стандарти для засобів розміщення цього класу та розробляє навчальні програми. Щорічно IYHF випускає два каталоги — «Америка, Азія й Африка і країни Тихоокеанського регіону» і «Європа». Ця структура є найстаршим об'єднанням національних хостельних асоціацій, вона є найвимогливішою і консервативною. На цей час Міжнародна асоціація хостелів (IYHF) містить у собі 60 хостельних асоціацій та 37 асоційованих членів. На сьогодні у світі працює понад 4500 хостелів. При цьому компанії, що займаються збором інформації про такий вид гуртожитків, відзначають, що навіть вони не в змозі відповісти, скільки конкретно існує хостелів у світі, оскільки постійно з'являються нові і порахувати всіх практично неможливо. Більше того, мережі «хостелів» існують навіть у таких віддалених країнах, як Бахрейн, Кенія, Марокко, Пакистан, Зімбабве, Саудівська Аравія й Уругвай.

Будь-який хостел, акредитований IYHF, пройшов і щорічно проходить найжорсткішу і тривалу перевірку на відповідність міжнародним стандартам, з кількаразовими приймальними комісіями й анонімними перевіряючими «шпигунами». Усі хостели IYHF відзначені логотипом Hostelling International (з будиночком і ялинкою в трикутнику), практично в усіх за картою IYHF надається знижка 5–10 % (більше того, у деяких хостелах без цієї карти навіть не поселять) і гарантується пріоритетне поселення у високий сезон. Близько 400 хостелів IYHF об'єднані єдиною комп'ютерною системою резервування International Booking Network (IBN). Вхідження в IBN вимагає від хостела офіційного підтвердження своєї відповідності прийнятим Міжнародною федерацією стандартам. Термінали IBN установлені в усіх об'єктах розміщення Hostelling International, а також у деяких туристичних компаніях, що одержали відповідну акредитацію у цій федерації. При здійсненні бронювання через IBN проживання оплачується на місці в національній валюті і підтверджується ваучером, що дає право на поселення в хостелі. Один ваучер може бути оформлений на термін, що не перевищує 6 ночей. Ваучер також визнається підставою для видачі віз посольствами низки країн нарівні з

оплаченим проживанням у готелі. Вартість одного бронювання через IBN складає \$ 5. При наявності в хостелі достатньої кількості вільних місць турист, прибувши, може здійснити доплату і зняти багатомісний номер цілком. Система резервування IBN не підтримує групового бронювання. Оформлення такого замовлення погоджується безпосередньо з хостелом. Також існує мережа європейських хостелів — European Youth Hostel Federation. Рівень стандартів цієї мережі за чистотою та обслуговуванням клієнтів не нижче IYHF, але тут практично відсутні умови, що роблять проживання схожим на піонерський табір. Більше того, за цією Європейською карткою надається відчутніша знижка (до 30 %), ніж IYHF, отже, шанси заощадити на проживанні вищі, особливо якщо проживати тривалий час.

Тепер і Україна має змогу приймати туристів з усього світу у своїх хостелах. Державною програмою розвитку туризму на 2002–2010 роки, затвердженою Постановою КМУ № 583 від 29 квітня 2002 року, приділяється значна увага розвитку дитячого і молодіжного туризму. Зроблено в цьому плані вже чимало. Всеукраїнська молодіжна хостел-асоціація (ВМХО, зареєстрована у грудні 2003 року) підготувала низку інвестиційних пропозицій, які розраховані не тільки на вітчизняних інвесторів, а й на закордонних. За підрахунками в середньому термін окупності інвестиційного проекту — 3–4 роки. Це не так вже й багато для хостелів підвищеної комфортності з очікуваним річним доходом у \$ 1 млн. Обсяг інвестицій залежатиме від стану старого об'єкта і обсягу реконструкції нового [1:19]. Для того щоб вирішити проблему молодіжного туризму в Україні, необхідно розробити науково обґрунтовану концепцію розвитку хостелів на основі аналізу зарубіжного досвіду та відповідну стратегічну програму дій для кожного регіону окремо. Слід зауважити, що «Концепція розвитку студентських (молодіжних) готелів в Україні», загальним обсягом 66 аркушів, вже розроблена спеціалістами Українського інституту підприємництва у грудні 2003 р. на замовлення Державної туристичної адміністрації України. Цей продукт є науковою підставою для розробки безпосередньої стратегічної програми дій щодо розвитку студентських готелів та втілення її в життя. Коротко зміст розробленої концепції ось в чому: хостели на початковій стадії розвитку доцільно організовувати на базі існуючих засобів розміщення, наприклад, студентських гуртожитків, виділяючи один або декілька поверхів в оренду. Інвестування в будівництво нових студентських хостелів може стати лише наступним етапом цієї роботи, оскільки характеризується набагато довшим терміном окупності. Причому, задля досягнення окупності таких інвестицій протягом 3–4 років, потрібно забезпечити принаймні 70 %-ву наповненість хостелів, у той час як у Росії, де мережа студентських хостелів більш розвинута, ніж в Україні, середньорічна наповненість їх сягає лише 40–50 %. Досвід інших країн також свідчить про те, що молодіжне хостельне господарство слід розвивати разом з екскурсійною діяльністю, а також дитячим, молодіжним та сімейним туризмом. Саме ці цільові групи туристів є найчастішими відвідувачами та споживачами послуг хостелів. Базою для розвитку хостелів в Україні мають стати не тільки незадіяні, зокрема влітку, приміщення студентських гуртожитків. Не менш важливими стануть у цьому сенсі і будівлі готелів і магазинів, будинків культури, які мають резервні приміщення, що майже не використовуються. Серед невикористаних засобів розміщення також збудовані ще в радянські часи корпуси оздоровчо-лікувальних таборів для дітей. За умови оновлення матеріально-технічної бази їх можна використовувати як хостели і водночас як рекреаційні центри для незаможних туристів. В Україні вже розпочато роботу зі створення та розвитку мережі молодіжних готелів. Надзвичайно важливим кроком щодо розвитку молодіжних (студентських) готелів в Україні є входження Всеукраїнської молодіжної хостельної організації до відомих світових неурядових некомерційних хостельних організацій. Найвідомішими з них є

International Youth Hostel Federation (Міжнародна молодіжна хостельна федерація) та її партнер — мережа європейських хостелів (European Youth Hostel Federation). Це сприятиме досягненню вищої якості послуг хостельного розміщення відповідно до затверджених Міжнародною молодіжною хостельною федерацією стандартів, дасть змогу використовувати навчальні програми для адміністрації та персоналу хостелів, їхню методику та методологію роботи. Першочергове завдання для нашої країни — розробка та впровадження регіональними проектами щодо створення й розвитку студентських готелів згідно з регіональними програм розвитку туризму. Створення хостелів відкриває для України великі перспективи. Що ж до наших студентів, то представники Всеукраїнської молодіжної хостел-асоціації мають намір запровадити для них систему дисконтних програм, тобто членських карток або спеціальних пропозицій. За підтримки Державної туристичної адміністрації України та Міністерства молоді та спорту хостел асоціація зарахувала до своєї мережі 7 молодіжних готелів, які діють у Києві, Львові, Ужгороді, Севастополі та Черкасах, із загальною кількістю 600 місць. Враховуючи великий попит на дешеве розміщення для молоді, заплановано створення хостелів у таких містах України: Судак, Алушта, Саки, Євпаторія, Івано-Франківськ, Чернівці, Харків, Донецьк, Дніпропетровськ, Одеса [2:23]. Проте інфраструктура туризму надзвичайно відстає від розвитку туризму, у тому числі дитячого й молодіжного. Адже серед об'єктів туристичної інфраструктури першочергову роль відіграють зручні, недорогі засоби розміщення для туристів, які в Україні практично відсутні.

Отже, першочергове завдання для нашої країни — розробка й впровадження регіональних проектів щодо створення та розвитку студентських готелів відповідно до регіональних програм розвитку туризму. Зважаючи на те, що молодіжні готелі є важливим елементом молодіжного туризму, їх діяльності насамперед варто орієнтуватися на внутрішнього споживача, а вже потім на іноземного. Створення і діяльність хостелів необхідно закріпити на законодавчому рівні та привести у відповідність до національних стандартів. Послуги, які надаються хостелами, на сьогодні є достатньо дорогими для української молоді. Доцільно привести вартість проживання у відповідність до споживчих можливостей молоді та дітей.

#### Література

1. Орленко О. Молодіжні хостели: можливості створення в Україні // *Новости турбизнеса*. — 2004. — № 6. — С. 19.
2. Хостел асоціація витримала іспит «Євробаченням» і розвинула свою мережу // *Новости турбизнеса*. — 2005. — № 11–12. — С. 23.
3. Хостели як дзеркало національного молодіжного туризму // *Новости турбизнеса*. — 2005 р. — № 13

УДК 338.48.1

Батьковець Г. А., Макухіна Н. О.

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ БРЕНДИНГУ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

*Механізмом, спроможним ініціювати широкий розвиток туристичної індустрії, активізувати діяльність у ній, є формування брендингу. У статті досліджуються організаційні положення щодо формування бренду тур- продукту.*

Формування концепції державної регіональної політики України є важливим напрямом прискорення соціально-економічного розвитку країни та підвищення ефективності функціонування господарського комплексу кожної адміністративно-територіальної одиниці на основі раціонального використання її природно-ресурсного, екологічного, виробничого та іншого потенціалу.

Львівщина, володіючи значним потенціалом туристсько-рекреаційних ресурсів, має суттєві передумови для забезпечення свого економічного розвитку за рахунок активізації сфери туристичного бізнесу. Аналіз розвитку сфери туризму Прикарпатського регіону свідчить про недосконалість нормативно-правової бази, методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб'єктів підприємництва у сфері туризму та курортів. Актуальним для розвитку туристичного бізнесу є залучення інвестицій, які вкладаються в матеріально-технічну базу. З цією метою необхідно удосконалити систему маркетингового менеджменту на основі створення брендингу в туристичній індустрії.

Розквіт туристичного брендингу припав на другу половину двадцятого століття. Це було пов'язано з цілком природними причинами — появою на ринку великої кількості схожих турпродуктів. Саме за допомогою брендингу досягається спрощення вибору турпродукту споживачем, який зустрічається з безліччю схожих туристичних пропозицій, де важко виділити їх переваги та недоліки [1]. Крім того, на основі функціонального брендингу формується поведінка споживача щодо купівлі певного турпродукту. Науковці виділяють багатоаспектний зміст бренду [2].

За змістом бренд розглядається як:

- юридичний інструмент (захист авторського права і отримання економічних результатів від вкладених інвестицій);
- система ототожнення;
- кампанія;
- ідентифікаційна система;
- образ в уяві покупців;
- ставлення;
- додаткова цінність;
- еволюційна суть.

Під час розробки турпродукту як системи ототожнення фахівці прагнуть створити сукупність візуальних знаків, що несуть смислове навантаження і дозволяють встановити зв'язок між туристичним трендом і покупцями, формуючи його чітку позицію в системі цінностей.

Зі всього перерахованого спектра завдань, що стоять перед туристичним трендом, одним із найважливіших є: відмінність його від інших, досягнення конкурентних переваг і можливість встановлювати вищу ціну.

Узагальнюючи викладене, можна сформулювати зміст туристичного брендингу як процес додавання вартості до турпродукту, використання торгової марки та заходів щодо стимуляції продажу та просування і позиціонування в думках споживачів.

Дослідження і практичний досвід у сфері розвитку туризму свідчать, що успішна туристична компанія повинна розробляти стратегію туристичного бренду, націлену на формування відданості споживача. Відомо, що у більшості груп турпродуктів є по кілька десятків туристичних брендів. Для їх опису споживачі використовують 20–30 критеріїв, значущість яких залежить від стадії життєвого циклу туристичного бренду. Формування стратегії туристичного бренду потребує розробки методологічного підходу до визначення кількості критеріїв, які мають властивість змінюватися під впливом різних соціальних процесів.

Визначальним етапом формування туристичного брендингу є проведення дослідження маркетологами, за результатами яких «стандартний респондент» повинен відповісти декілька сотень разів на ті самі запитання. Аналіз досліджень, в яких був застосований такий підхід, продемонстрував очікуваний результат: дуже швидко, починаючи з 4–6-го бренду, респонденти починають саботувати дослідження, що виявляється в зниженні варіативності вибору пропонованих оцінок. Одержувані таким чином результати, по суті, не підлягають якій-небудь адекватній інтерпретації і не можуть використовуватися практично. «Образ туристичного бренду» за своїм визначенням має бути «цілісним» і конкретним для людини і суспільства. Водночас, протягом одного-двох років, у разі розширення туристичного бренду, відбувається «розмивання його образу» [3]. Причиною цього є зміна рівня доходів покупців турпродукту.

Туристичні бренди використовують як засіб закріплення інформації про турпродукт у пам'яті споживача. Це особливо важливо, коли туристичний бренд розповсюджується на інші категорії турпродуктів. З допомогою брендингу здійснюється захист інтелектуальної власності туркомпанії. Крім того, успішний туристичний бренд створює бар'єр, що перешкоджає вступу до індустрії туризму і утруднює входження на ринок конкурентів.

Формування туристичного брендингу, набуває популярності в Україні. Він стає базисною основою для туристичних підприємств, в яких не існує чіткої диференціації туристичного продукту за властивими певному регіону ознаками [5]. Для таких пі-



Рис 1. Процес формування туристичного бренду.

приємств позиціювання туристичного бренду є необхідною умовою їх конкурентоспроможного функціонування на ринку туристичної індустрії. В Україні, на нашу думку, процес формування туристичного брендингу повинен складатися зі взаємопов'язаних блоків процедур, зображених на рисунку.

Однак, на нашу думку, потрібно враховувати соціально-психологічні складові регіонального ринку туристичних послуг при формуванні бренду. В першу чергу це стосується основної ідеї. Зазвичай більшість споживачів цікавляться визначеними темами: гроші, війни, діти, автомобілі, відомі особи, спорт, мода та інше [4]. Формування будь-якого елементу туристичного бренду потребує спеціальних навичок, адже це продукт, життєвий цикл якого залежить не тільки від конкурентоспроможних позицій форми, але і від:

- графічного зображення;
- звукового символу;
- назви бренду.

Цікаво, що при створенні міжнародного туристичного бренду, його назву аналізують в контексті лінгвістики, семантики та фонетики.

Складовими елементами туристичного бренду можна вважати:

- дизайн;
- зовнішню форму;
- кампанію з реклами;
- потенційного споживача.

Домінуючими факторами, що визначають життєздатність бренду є індивідуальність і системність. Кожна з цих характеристик повинна базуватися на основі маркетингу та реклами. В свою чергу, на наше переконання, будь-який туристичний бренд потрібно розглядати в двох площинах — продуктивній та емоційній. Це дасть змогу, з одного боку, постійно удосконалювати турпродукт, розширювати асортимент та формувати об'єктивну цінову політику, а з другого — підсвідомо впливати на розум споживача, задовольняючи його індивідуальні потреби.

Таким чином, економічний ефект від формування туристичного брендингу полягає в отриманні більш стабільних доходів, незважаючи на коливання попиту і пропозиції. Соціальна ефективність полягає у скороченні часу споживача на прийняття рішень щодо придбання турпродукту, а також у формуванні позитивного іміджу туристичної фірми.

#### Література

1. *Восколович Н. А.* Маркетинг туристических услуг. — М.: Теис, 2002. — 167 с.
2. *Моисеев Н. К., Рюмин М. Ю.* Брендинг в управлении маркетинговой активностью. — М.: Омега-Л, 2003. — 336 с.
3. *Нэп Д.* Политика бренда. — М.: Весь, 2003. — 384 с.
4. *Ренделл Дж.* Брендинг: A Practical Guide to Planning Your Strategi. — М.: Фар-Пресс, 2003. — 216 с.
5. *Шульц Д., Барнс Б.* Стратегические бренд-коммуникационные компании. — М.: Изд. дом Гребенникова, 2003. — 448 с.

УДК 338.48.2.053.6

Юнко М. М.

**МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОГО ТУРИЗМУ**

*У статті розглядаються окремі аспекти досвіду організації молодіжного туризму, що можуть використовуватися і враховуватися у розвитку цього напрямку туризму в Україні. Водночас акцентується увага на комплексному підході у вирішенні проблем, які сприятимуть розвитку цього виду туризму.*

Молодіжний туризм завжди займав одне з провідних місць у суспільному житті України, оскільки саме молодь є тією віковою групою, яка частіше подорожує. Проте, на жаль, внаслідок перехідного періоду в економіці, який затягнувся в часі та спричинив чимало проблем, руйнівного удару зазнала система організації туризму для молоді. Як результат, на державному рівні різко скоротилося фінансування молодіжних подорожей усіх видів — екскурсійно-туристичних, спортивних, оздоровчих тощо. Практично припинилося видання методичної літератури з туризму для молоді. Лише незначна кількість туристичних фірм пропонує деякі види турів для молодих людей, а саме: короткотермінове навчання та відпочинок за кордоном. Спеціальні програми не практикуються.

Досліджуючи туристичний ринок, спеціалісти вважають, що в перспективі молодіжний туризм може і повинен стати одним із пріоритетних напрямів розвитку вітчизняного туризму. Адже економічні переваги цього виду туризму очевидні: молодь у структурі населення України налічує 10,18 млн. осіб, що становить 20,4 %, серед них стало подорожує близько 70 % [5]; школярі та студенти подорожують, як правило, організованими групами, поїздки повторюються з року в рік, що значно полегшує планування бізнесу; цей контингент туристів не є високоплатоспроможним, з одного боку, та невибагливим — з іншого. А тому молодіжний туризм допускає використання послуг не дуже високого якісного стандарту, але покликаний створювати атмосферу активного спілкування і відпочинку.

Ще важливішим молодіжний туризм є із соціальної точки зору. Він відкриває унікальну можливість глибше пізнати з історичну і культурну спадщину своєї країни, інших держав. Загальновідомо, що дитячий та молодіжний спортивно-оздоровчий туризм є однією з найефективніших оздоровчих технологій, які сприяють формуванню здорового способу життя людини, і водночас ще й ефективним засобом виховання.

Світова практика свідчить про те, що в політиці багатьох урядів увага до виховання людини, зокрема засобами туризму, завжди посідала важливе місце. Так, наприклад, королем Великої Британії понад 800 років тому назад був підписаний указ, який регламентував економічно вигідні можливості для молодих людей подорожувати по країні. Цікаво, що до цього часу жодним новим правителем цей закон не відмінявся.

Отже, з огляду на перспективність розвитку молодіжного туризму в Україні, вивчення міжнародного досвіду його організації є однією з умов відродження цього напрямку туризму.

Молодіжний туризм у світі користується великою популярністю і орієнтований, перш за все, на потреби молоді. Тому його різновидами є:

- спеціальні пропозиції для студентів, які бажають навчатися за кордоном («навчальні тури»);
- спеціальні тури для молоді, яка навчається і бажає вивчати природу та історичні місця безпосередньо;
- тури-робінзонади, метою яких є набуття навичок орієнтації на місцевості;
- так звані тури «школа на природі».



Практикується широкий спектр послуг оздоровлення та проведення молодіжних вікендів.

Особливістю організації молодіжних турів у країнах ЄС є те, що вони вимагають спеціальних знань та відповідної педагогічної кваліфікації. Тому, такого роду подорожі завжди у центрі уваги державних органів і, як різновиди соціального туризму, широко користуються дотаціями та знижками.

Забезпечують організацію молодіжного туризму та відпочинку спеціальні міжнародні молодіжні організації. Одна з них — це Міжнародна федерація організації подорожуючої молоді (Federation of International Youth Organisation), створена в 1951 році. Її штаб-квартира знаходиться в Копенгагені. Функціонує федерація під егідою ЮНЕСКО.

Ця організація займається проблемою пільгового режиму для молодіжних подорожей. За її сприянням подорожуюча молодь користується посвідченням міжнародної студентської організації (International Student Identity Card, або коротко ISIC). Нестудентській молоді до 25 років пропонується посвідчення GO25 (International Youth Travel Card). Вчителі, вихователі, які супроводжують групи студентів у туристичних походах, також забезпечуються спеціальними посвідченнями — ITIS (International Teacher Identity Card).

Власникам міжнародних студентських та молодіжних карток ISIC і GO25, власникам посвідчень ITIS надаються суттєві пільги для подорожей практично в будь-яку країну світу. Наприклад:

- встановлюється понижений тариф на проїзд практично всіма видами транспорту. В ЄС для цього існує спеціальний клас «туристичний» або «економічний». Знижки надаються за авіаційним тарифом STA або KTL-BOY. Авіаквитки цих тарифів мають такі пільги: термін дії один рік; можливість змінити маршрут; нелімітовані терміни придбання та бронювання білетів; можливість відмови від польоту з найменшими штрафними санкціями;

- у країнах ЄС для власників ISIC надаються пільги на залізничні квитки (від 33 до 50 % їх вартості). Досить популярними і зручними засобами пересування по Європі є автобусні маршрути — Євролайн. Це найдешевший транспорт. Молоді тут також надаються знижки до 50 %.

- спеціально для молоді віком 18–35 років створена унікальна система подорожі по всьому світу — КОНТИКІ. Вона приваблива саме тому, що дає змогу відвідати недоступні для звичайного туриста місця. Вона пропонує великий вибір маршрутів по Європі, Америці, Африці та Австралії, тривалість від 3 до 5 днів. Основна формула (кредо) — «все включено», і звичайно є можливість перебувати, спілкуватися з ровесниками та однодумцями в будь-якій країні світу. Вартість КОНТИКІ приблизно \$ 895 (залежно від сезону), що включає: проживання, усі транспортні послуги, сніданки, обіди, вечері, екскурсії.

Надаються знижки молоді та студентам на проживання в спеціальних молодіжних готелях — хостелах. Опікується цією послугою для молоді Міжнародна федерація хостелів (The International Youth Hostel Federation — IHF), яка була створена в Welwyn Garden City in Hertfordshire (Англія). Асоціація молодіжних хостелів — це організація, яка забезпечує молодих туристів місцями в готелях, на турбазах, у приватному секторі. В асоціацію входять більш ніж 5500 хостелів з усіх країн світу. Щороку понад 31 млн. мандрівників зупиняються на відпочинок. Багато таких молодіжних хостелів розташовані в Європі. Тільки у Німеччині їх відкрито 640. Мережа хостелів існує навіть у таких віддалених країнах, як Бахрейн, Кенія, Марокко, Пакистан, Саудівська Аравія, Уругвай.

Для власників ISIC, GO25 та ITIS пропонується знижки, пільги на комунікаційний зв'язок. З цією метою створена і функціонує нова система ISICConnect, яка дозволяє використовувати картку ISIC для одержання послуг зв'язку такого виду:

- на міжміські та міжнародні переговори;
- на голосову пошту (тобто фіксуються і передаються повідомлення з будь-якої частини світу, які можна зчитати з будь-якого тонового сотового телефону). Для цього молода людина залишає свій номер карточки ISIC і зв'язок буде забезпечений через оператора ISICconnect в США (тел. 1-732-365-5000);

- на користування телефоном, телесеяфом, електронною поштою. У будь-якому інтернет-кафе можна отримати доступ до спеціальної бази даних, яка для студентів (спеціально для бази даних ISIC за студентськими знижками). Детальну інформацію про картку ISIC та систему ISICconnect можна отримати на Web-сторінці Internet (<http://www.isic.org>). Інколи послуги зв'язку можуть надаватися студентам безкоштовно.

Крім зазначених пільг надаються знижки на екскурсійні, розважальні програми, а також на відвідування тематичних парків — Діснейлендів, Діснейволдів, дельфінарій, океанаріумів, зоопарків та ін. Наприклад, до 50 % надається знижка на білети в музеї, замки та інші визначні місця. Деякі музеї відкриті для безкоштовного відвідування один раз на тиждень, місяць, чи певний час, саме для молоді, яка подорожує. Знижки на вартість туристичних екскурсій складають від 25 % до 45 %.

Перелік прикладів можна продовжувати, але в результаті ми матимемо єдиний висновок: «Подорожі для молоді — це стиль життя розвинутого соціального суспільства».

Проголосивши туризм пріоритетною галуззю соціально-економічного розвитку, Україна продемонструвала готовність стати країною, в якій молодіжний туризм буде стилем життя. А тому його подальший розвиток визначатиметься такими чинниками:

- загальним спрямуванням державної політики в цій галузі;
- наявністю відповідної матеріальної бази, бази розміщення та транспортної інфраструктури;
- доступністю туристичного продукту для дітей і молоді.

Молодіжний туризм — це важливий спосіб передачі новому поколінню накопиченого людством досвіду та культурної спадщини. Він також складає підвалину формування ціннісних орієнтацій морального оздоровлення та культурного розвитку молоді. Отже, він повинен привернути увагу інвестора і, передусім, вітчизняного. Безперечно, фінансові вкладення в молодіжний туризм є інвестиціями довгостроковими, але це інвестиції в гідне майбутнє України. Безперечно, інвестором повинна виступити і сама держава, тим більше, що власний і міжнародний досвід розвитку молодіжного туризму є унікальним та достойним вивчення й удосконалення.

### Література

1. Гуттман С. На шляху до етики туризму // Кур'єр ЮНЕСКО. — 1999. — Вересень–жовтень. — С. 42.
2. Джафари Д. Феноменология туризма // Теория и практика физической культуры. — 2000. — № 8. — С. 23.
3. Дергачев В. Международный туризм в современном мире // Бизнес Информ. — 1998. — № 5. — С. 12–13.
4. Зінченко В. Л. Молодіжний туризм в Українській РСР у 70–80-их рр. XX ст. (На основі діяльності «Спутника»). — К., 2004. — 239 с.
5. Статистичні дані Державної туристичної адміністрації. — Режим доступу: [www.torism.gov.ua](http://www.torism.gov.ua).

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

УДК 05.01.02

*Сусол Н. Я.*

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ  
ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

*Досліджено сучасний стан розвитку та забезпечення якості послуг закладів ресторанного господарства. За результатами досліджень сформовано пріоритетні напрями та цілі, скеровані на сприяння розвитку та забезпечення якості послуг закладів ресторанного господарства.*

Сучасним виміром розвитку країни є не лише обсяг ВВП, а й рівень якості життя населення, найважливішою складовою якого є стан здоров'я. Як відомо, велике значення у збереження та покращання стану здоров'я людського організму мають організація харчування та відпочинок. Найбільш повноцінно задовольняти цю первинну потребу повинні послуги ресторанного господарства.

Сукупність закладів цього комплексу є важливою часткою виробничо-торгівельної діяльності і вагомим елементом соціально-економічної сфери, що посідає особливе місце в:

- розвитку економіки та соціально-культурного рівня країни (активізує валютні надходження, створює умови для експорту туристичних послуг, а також забезпечує підвищення показників зайнятості);
- організації збалансованого та раціонального харчування населення, що забезпечує підтримку працездатності та збереження здоров'я людства;
- процесі обслуговування туристів, що дозволяє вважати ресторанный послуги в курортно-туристичних центрах важливим елементом, відповідною складовою індустрії туризму;
- збереженні та сприянні пізнанню традицій і культури країни, через етнографічні заклади, де національні особливості проявляються в інтер'єрі, одязі офіціантів, репертуарі оркестру та в асортименті страв і напоїв.

Низка останніх публікацій з окресленої теми [1–3], підтверджує актуальність питання і дає змогу робити висновки про тенденції розвитку, а також про наявність чинників, що мають вплив на подальший розвиток підприємств ресторанного господарства.

Слід відзначити й праці, в яких приділено увагу питанням розвитку готельно-ресторанного господарства України і які мають суттєвий вплив на формування погляду щодо сутності цієї проблеми. Це, зокрема, роботи [4; 5].

Враховуючи об'єктивну важливість розвитку та забезпечення конкурентоспроможності послуг ресторанного господарства, поставлено завдання провести аналіз розвитку галузі, визначити сучасні проблеми і сформувати напрями поліпшення розвитку та забезпечення якості послуг закладів ресторанного комплексу.

У світі ресторанный бізнес вважають одним із найдинамічніших і водночас ризикових, він упевнено займає четверте місце в списку банкрутств (всесвітній довідник банкрутств). Таку ж характеристику ресторанному бізнесу дають і українські експерти. Якщо говорити про темпи розвитку ресторанного господарства України, то зараз

вони дещо уповільняться, але насичення ринку буде продовжуватись. Ймовірно, активному його розвитку посприяли зміни в стилі життя споживачів, зростання рівня доходів населення (як наслідок, відбулося скорочення частки домашньої праці в загальному обсязі зайнятості людини) а також розвиток туристичної галузі. У результаті перелічених змін та низки додаткових чинників спостерігається зростання ресторанного ринку (рис. 1). Тенденцією упродовж двох останніх років є чітке розмежування та особливо активний розвиток середнього сегмента (рис. 1) ринку.



Рис. 1. Зростання — прогноз обсягу ринку ресторанного господарства

Ще одна тенденція нинішнього року — активний розвиток мережових закладів громадського харчування. За словами експертів, мережі розвивати доцільно - є навчені кадри, ресурси і досвід. За рахунок оптових закупівель і централізованого постачання знижується собівартість меню.

Доречно торкнутись питання про рівень насичення ринку ресторанного господарства України. Експерти насамперед оперують таким показником, як кількість посадочних місць на споживача послуг закладів громадського харчування. Так, у середньому в Європі одне посадочне місце в ресторані (кафе, барі, фаст-фуд тощо) доводиться на 8 жителів, у Києві — на 35 жителів, в Дніпропетровську — на 40, в Львові — на 25. Виходячи з цих даних можна зробити висновок, що перспективи ресторанного ринку в Україні просто величезні. Особливо, якщо врахувати факт, що середньоєвропейський рівень насичення ринку порівнюється з рівнем найбільших міст України, які до того ж мають певні ресторанні традиції.

Насичення ринку ресторанних послуг є одним з основних чинників, формування конкуренції, яка вимагає створення якісних послуг, які перевищать вимоги та сподівання сьогоdnішнього споживача. Необхідність підвищення якості послуг закладів ресторанного господарства зумовлена і прагненням України вступити до Світової організації торгівлі та курсом на євроінтеграцію, а це потребує реформування існуючої нормативно-правової бази, яка має відповідати світовим стандартам і створювати сприятливі умови діяльності закладів.

Важливим кроком у процесі забезпечення якості ресторанних послуг є прийняття Державним комітетом зі стандартизації, метрології та сертифікації Правил виконання

обов'язкової сертифікації послуг харчування, що входять до складу готельних комплексів (zareestrovano в Міністерстві юстиції України 15 квітня 1999 р. за № 235/3525). Наступним кроком у цьому напрямі є надання чинності стандарту [6], який установлює класифікацію закладів який призведено відповідність до Міжнародного стандарту галузевої класифікації видів економічної діяльності [7].

Необхідність посилення державного контролю за дотриманням стандартів, норм і правил у сфері ресторанного господарства передбачає концепція розвитку сфери технічного регулювання та споживчої політики (Стратегічний план розвитку на 2006–2010 роки).

Світова практика засвідчує, що успішна діяльність ресторану вимагає впровадження системи управління якістю (СУЯ) — ефективного інструменту, який дозволяє на всіх етапах (створення та надання послуг) здійснювати управління якістю. Результатом застосування СУЯ є задоволення вимог та очікувань споживача, а також забезпечення потреб та інтересів організації. Ще одним інструментом управління є система управління безпечністю харчових продуктів (НАССР), яка може функціонувати самостійно або бути складовою частиною СУЯ. На жаль, нинішній рівень впровадження зазначених систем залишається низьким. З метою заохочення вітчизняних підприємств до застосування систем управління якістю, навколишнім середовищем та безпечністю харчових продуктів Держспоживстандартом підготовлено проект Закону України «Про внесення змін та доповнень до деяких законів України (щодо заохочення вітчизняних підприємств до створення систем управління якістю, довкіллям, безпечністю харчових продуктів)», який погоджено з центральними органами виконавчої влади та внесено до Кабінету Міністрів України листом від 7 вересня 2005 р. № 7540-1-2/27.

Звичайно, перелічені заходи мають вагомe значення та дають більш сприятливе підґрунтя для розвитку даної діяльності. Однак підсумовуючи вищевикладене, потрібно виділити сучасні проблеми і визначити напрями й методи сприяння та забезпечення розвитку ресторанного господарства.

Сучасними проблемами у розвитку та забезпеченні якості послуг ресторанної індустрії є:

- невідповідність нормативної бази (основи контролю та забезпечення якості послуг) сучасним вимогам та показникам, зумовлена певною мірою застарілістю, зорієнтованістю на невибагливого споживача;
- відсутність потрібної кількості кваліфікованих кадрів та необхідність реформування системи підготовки;
- низький відсоток застосування провідних методів управління підприємством;
- складність процедур реєстрації та дозвільних частин, що певною мірою заважає вирішенню питань розвитку діяльності.

Сприяти розвитку й забезпеченню якості послуг потрібно на всіх можливих етапах і рівнях з використанням доцільних механізмів. На рис. 2 зображено шляхи впливу (державні, галузеві та внутрішньо-організаційні) з використанням методів та забезпеченням відповідних умов розвитку.

Отже, перспективними напрямками забезпечення якості та сприяння розвитку ресторанної індустрії є:

- удосконалення нормативно-правового й організаційного забезпечення діяльності закладів ресторанного господарства. Впровадження нових стандартів та доопрацювання чинних, що міститимуть показники сучасних вимог. Реформування системи державного нагляду за дотриманням стандартів, норм і правил і державного контролю у сфері ресторанного господарства;
- формування скоординованих дій для просування послуг ресторанного господарства на світовий ринок. Підтримка у виході провідних мережевих операторів

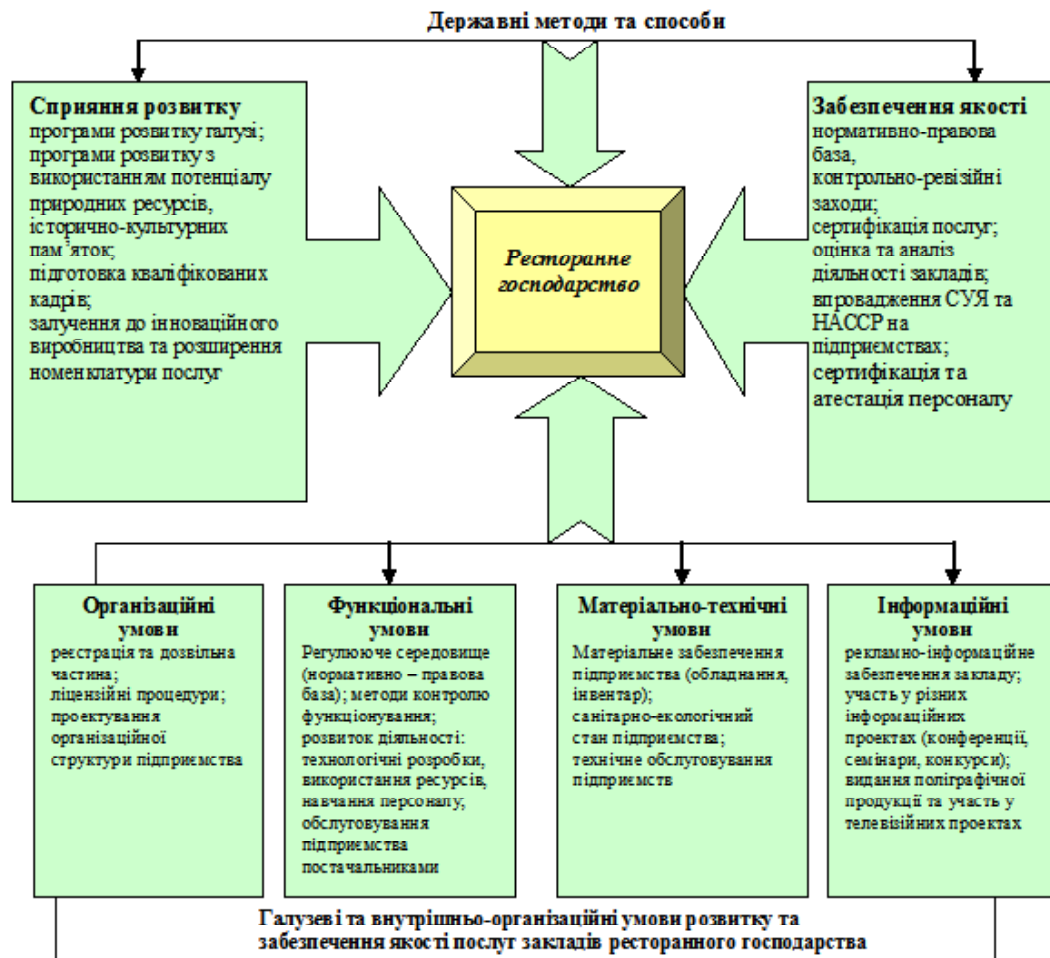


Рис. 2. Розвиток та забезпечення якості послуг закладів ресторанного господарства

ресторанного господарства на міжнародний ринок, а також перегляд умов візового режиму та спрощення процедури в'їзду іноземних туристів, які активізують валютні надходження;

— створення галузевих програм розвитку з використання потенціалу природних ресурсів, історично-культурних пам'яток у рамках законодавства про охорону навколишнього середовища та пам'яток архітектури при розробці концепцій нових закладів ресторанного господарства з розкішним інтер'єром (один із показників якості послуг) та чудовим краєвидом прилеглої території;

— перегляд існуючої системи підготовки кваліфікованих кадрів і реформування її з урахуванням структурної трансформації та професійної переорієнтації персоналу. Врахування зміни умов виробництва праці та видів діяльності при зарахуванні нових професій до класифікаційних угруповань з відповідними вимогами до кваліфікації працівників та необхідного освітнього рівня;

— заохочення, обґрунтування важливості та впровадження на державному і регіональних рівнях, системної форми (СУЯ, НАССР) управління підприємствами. Сприяння організації та проведенню навчальних семінарів і конференцій;

— забезпечення наявних і потенційних інвесторів, споживачів, фахівців та професіоналів необхідною інформацією, моніторинг професійних знань та навичок працівників підприємств ресторанного господарства для створення позитивного іміджу України у цій сфері.

---

**Література**

1. Насонова О., Даниленко Л. Тенденции развития ресторанного бизнеса на Украине: рубрика «Профессионалам» — «Дешево и сердито». — Режим доступа: [www.restoran.ua](http://www.restoran.ua).
2. Заднепровская Е. Л. Демократизация — основная тенденция развития украинских ресторанных сетей // Маркетинг услуг. — 2006. — № 3. — С. 43.
3. Криворучко О. В. Тенденції розвитку ресторанної галузі України // [www.tourism.com.ua](http://www.tourism.com.ua)
4. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. — К., 2006. — 348 с.
5. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту: Навч. посібник. — К., 2004. — 322 с.
6. ДСТУ4281-2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.
7. ISIC Rev/3 code 5520. Restaurants, bars and canteens.

УДК 338.242 (075.8)

Сокол Т. Г., Турло Н. П.

### ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

*У цьому дослідженні розглянуто питання щодо темпів приросту інвестицій у готельну сферу. Запропоновано систему заходів, які включають визначення першочергових об'єктів, що є найбільш привабливими.*

Дослідженню стану та проблем розвитку готельного господарства України приділялася увага як у науково-навчальній літературі (Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є., Байлик С. І., Гергуль А. І., Мініч І. М., Лук'янова Л. Г., Роглев Х. Й. та ін.), так і в періодичних та довідкових виданнях [1–7]. Але питання інвестиційного забезпечення його функціонування досліджені, на жаль, недостатньо. Автори статті на базі аналізу інвестиційних процесів, що проходять у готельній сфері, визначили проблеми та запропонували шляхи поліпшення її фінансування у майбутньому.

Початок 90-х років ХХ ст. ознаменував собою новий етап розвитку готельного господарства у незалежній Україні. Він розпочався низкою проблем:

- через припинення належного фінансування припиняється готельне будівництво;
- після розвалу СРСР та його монопольних структур виникають проблеми управління готельною базою;
- втрачає чинність нормативна база діяльності готелів.

Це призвело до того, що протягом 1993–2004 рр. спостерігається тенденція зменшення кількості готельних підприємств. Якщо в 1993 р. в Україні функціонувало 1654 готелі на 157370 місць, то в 1994 р. — уже 1466 на 140013 місць. Станом на 01.01.2001 р. база закладів розміщення країни (готелів, пансіонатів, будинків і таборів відпочинку) становила 4,5 тис. одиниць загальною місткістю 620 тис. місць, у тому числі 1258 готелів на 100677 місць (скорочення місткості готельної бази порівняно з 2000 р. склало 3,8 %), а у 2004 р. нараховувалося вже 1192 готелі. Готелі використовувалися під офіси, житло, але найчастіше зменшення кількості готелів в Україні відбувалося за рахунок закриття неефективно діючих підприємств (рис. 1).

Починаючи з 2005 р. кількість готелів починає поступово збільшуватися. На 01.01.2006 р. в Україні працювало вже 1232 готельних підприємства, а на 1 січня 2007 р. — 1269. Розширення готельної бази здійснювалося за рахунок створення нових підприємств. Але ця тенденція мала нерівномірний характер у регіонах країни. Так, кількість готелів зросла у Луганській області — на 23 одиниці, у Львівській — на 10 одиниць, у м. Києві — на 8, в Івано-Франківській області — на 4, у Житомирській області й Автономній Республіці Крим — на 3. У той же час внаслідок ліквідації, продажу фізичним особам або перепрофілювання під житло відбулося скорочення кількості готельних підприємств у Запорізькій області — на 5 одиниць, по 3 — у Миколаївській, Одеській, Харківській та Черкаській областях і по 2 — у Сумській та Херсонській областях.

Нерівномірність розвитку готельної бази зумовила незадовільну забезпеченість країни готельними місцями. Нормативним показником вважається 10 готельних місць на 1000 жителів [7, с. 23]. В Україні цей показник становить 2,3 місця. Таким чином, на 01.01.2007 р. потреби гостей і населення країни у готельних послугах задовольнялися лише на 23,7 %. Це вимагає збільшення потужності готельних підприємств у 4,2 раза.

Але навіть існуюча готельна база використовується недостатньо ефективно. Про це свідчить коефіцієнт її завантаженості. У другій половині 90-х рр. він становив трохи більше ніж 20 %, у 2000 р. — 24 %. До 2005 р. цей показник поступово підвищувався і досяг 33 %, а у 2006 р. знизився до 31 %. Це пояснюється незадовільною





Рис. 1. Динаміка підприємств готельного господарства України протягом 1993–2004 рр.

якістю готельних послуг, значним зносом основних фондів готелів у результаті інтенсивної експлуатації в період масового туризму в СРСР, невідповідністю їх вимогам і сучасним тенденціям світового готельного господарства.

Основними напрямками створення сучасної готельної бази в Україні стали підтримка діючих потужностей, реконструкція й модернізація існуючих підприємств, будівництво нових готелів.

У 2006 р. з 611,0 млн. грн. інвестицій в основний капітал готелів на технічне переоснащення й реконструкцію було витрачено 46,6 % залучених коштів. Витрати, пов'язані з новим будівництвом і підтримкою діючих потужностей, відповідно становили 53,0 % та 0,4 % від загального обсягу капітальних вкладень.

Капіталомісткі проекти реалізуються, в основному, за рахунок запозичених та залучених коштів (або з додатком власних), однак інвестори неохоче вкладають свої капітали в економіку України в цілому та в готельну сферу зокрема. Це пояснюється тим, що:

- аналіз і прогнозування інвестиційних процесів здійснюються суб'єктом самостійно;
- незавершеним залишається процес інвентаризації об'єктів готельного господарства, які потребують інвестицій на закінчення будівництва, реконструкцію та модернізацію;
- термін окупності інвестиційних коштів тривалий.

До цього додаються загальнонаціональні ризики інвестування: нестабільність соціально-економічного та політичного становища, непередбачуваність чинного законодавства, відсутність забезпечення гарантій прав власності тощо.

Для характеристики інтенсивності розвитку інвестиційного процесу у готельному господарстві країни, на базі даних, наведених у табл. 1 авторами розраховано середні показники його динаміки.

Середній рівень інтервального ряду динаміки:

$$y = \frac{203,0 + 257,0 + 171,0 + 416,0 + 568,0 + 751,0 + 611,0}{7} = 425,3 \text{ млн. грн.}$$

Середній абсолютний приріст:

$$\bar{D} = \frac{54,0 + (-32,0) + 213,0 + 365,0 + 548,0 + 408,0}{6} = 259,3 \text{ млн. грн.}$$

Середній коефіцієнт зростання:

$$\bar{K} = \sqrt[6]{1,266 \cdot 0,665 \cdot 2,433 \cdot 3,365 \cdot 4,322 \cdot 0,814} = 1,1476.$$

Середній темп зростання:

$$\bar{T}_3 = 1,1476 \cdot 100\% = 114,76\%.$$

Середній темп приросту:

$$\bar{T}_n = 1,1476 - 100\% = 14,76\%.$$

Середнє значення абсолютної величини 1 % приросту:

$$\bar{A} = \frac{259,3}{14,76} = 17,568 \text{ млн. грн.}$$

З метою виявлення тенденції розвитку інвестиційних процесів у готельній сфері авторами застосовано кореляційно-регресійний метод аналізу, модель парної лінійної регресії (табл. 2).

Таблиця 2

**Вихідні дані для прогнозування інвестиційних процесів у готельному господарстві України**

Роки	Обсяг інвестицій, млн. грн., $y$	Умовні позначення періодів, $t$	$t^2$	$yt$	Вирівняні рівні рядів динаміки обсягу інвестицій, млн. грн. $\bar{y}$
2000	203,0	-3	9	-609,0	145,75
2001	257,0	-2	4	-514,0	238,93
2002	171,0	-1	1	-171,0	332,11
2003	416,0	0	0	0	425,29
2004	568,0	1	1	568,0	518,47
2005	751,0	2	4	1502,0	611,65
2006	611,0	3	9	1833,0	704,83
Всього	2977,0	0	28	2609,0	2977,03

За даними табл. 2 параметри рівняння прямої  $y=a+bt$  становлять:

$$a = \frac{2977,0}{7} = 425,29 \text{ млн. грн.} \quad b = \frac{2609,0}{28} = 93,18 \text{ млн. грн.}$$

Таким чином, рівняння прямої ряду динаміки, що характеризує обсяг інвестицій у підприємства готельного господарства України, має вигляд:

Таблиця 1

Динаміка інвестицій в основний капітал підприємств готельного господарства України протягом 2000–2006 рр.

Роки	Обсяги інвестицій, млн. грн.	Темп зростання, %		Темп приросту, %		Абсолютний приріст, млн. грн.		Абсолютне значення 1 % приросту, млн. грн.
		базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	базисний	ланцюговий	
2000	203,0	—	—	—	—	—	—	—
2001	257,0	126,6	126,6	+26,6	+26,6	+54,0	+54,0	2,030
2002	171,0	84,2	66,5	-15,8	-33,5	-32,0	-86,0	-2,567
2003	416,0	204,9	243,3	+104,9	+143,3	+213,0	+245,0	1,710
2004	568,0	279,8	136,5	+179,8	+36,5	+365,0	+152,0	4,164
2005	751,0	370,0	132,2	+270,0	+32,2	+548,0	+183,0	5,683
2006	611,0	301,0	81,4	+201,0	-18,6	+408,0	-140,0	-7,527

Джерело: розраховано за [6:202].



Рис. 2. Динаміка прогнозних значень обсягів інвестиційних вкладень у готельне господарство України

$$\bar{y} = a + bt = 425,29 + 93,18t.$$

Шляхом подовження на майбутнє тенденції, що спостерігалася в минулому, знайдемо прогнозні значення обсягів інвестицій у готельну сферу. Так, протягом 2007–2009 рр. вони будуть коливатися в межах 798,01–984,37 млн. грн. (рис. 2).

Отримані розрахунковим шляхом дані стосовно суми інвестицій у готельне господарство України свідчать про те, що цих коштів не вистачить навіть для розвитку одного з його сегментів — готельного господарства м. Києва. Так, будівництво готелю «під ключ» може коштувати в столиці від \$ 500 тис. до \$ 60 млн., спорудження хостелу вимагає витрат в сумі \$ 1 млн. Загальна вартість замиського готельно-ресторанного комплексу складе \$ 2–5 млн. і більше. На реконструкцію готелю в столиці треба витратити приблизно \$ 500 тис. [3:105].

За розрахунками експертів, потреба міста в готельному фонді туристичного класу складає на 2010 р. 18,7 тис. місць, а на період до 2020 р. — 27,8 тис. місць, що еквівалентно будівництву приблизно 44–45 готелів. Отже, обсяг потрібних інвестицій щодо реалізації цієї потреби становить приблизно 2,7 млрд. дол.

Виходячи з наведених розрахунків щодо розвитку готельного господарства столиці, можна зробити такий висновок: якщо темпи приросту інвестицій у готельну сферу не зміняться, Україна може втратити свої позиції на ринку туристичних послуг як провідний туристичний напрямок.

Для подолання вказаних перешкод автори пропонують систему заходів, яка передбачає: визначення першочергових об'єктів, що є найбільш привабливими, обґрунтування інвестиційних пропозицій стосовно них; розробку відповідного інформаційного продукту щодо туристичного бізнесу.

Формою залучення інвесторів може бути передача їм: частки у статутному фонді, що відповідає розмірові інвестиційного вкладу, або частки власності після реалізації проекту; відсотка від майбутнього прибутку; квоти місць (при будівництві готелів); пільгове надання готельних послуг.

---

**Література**

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний і ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. — К.: Знання України, 2002. — 360 с.
2. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, управление, сертификация. — К.: Альтерпресс, 2001. — 207 с.
3. Васильева Н. Временное место жительства // Бизнес. — 2004. — № 32. — С. 102–106.
4. Гергуль А. І. Питання розвитку індустрії гостинності. Малі готелі // Туристично-краєзнавчі дослідження. — К.: ДП «Національна туристична організація», 2002. — Вип. 4. — С. 277–283.
5. Роглев Х. Й. Основи готельного менеджменту. - К.: Кондор, 2004. - 405 с.
6. Статистичний щорічник України за 2006 р. — К.: Консультант, 2007. — 551 с.
7. Уніфіковані технології готельних послуг: Навч. посібник / Л. Г. Лук'янова, Т. Г. Дорошенко, І. М. Мініч. — К.: Вища. шк., 2001. — 327 с.

УДК 640.432

Столярчук П. Г., Сусол Н.Я.

### ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НОРМАТИВНИХ ТА ФОРМУЛЮВАННЯ ДОДАТКОВИХ ВИМОГ ЩОДО ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

*Проаналізовано регламентовані вимоги до якості послуг ресторанного господарства, запропоновано внесення змін та доповнень. Розроблено систему формування вимог споживачів до якості послуг ресторанного господарства, яка полегшує роботу керівників зі створення схеми визначення потреб та очікувань споживачів.*

Ключовим принципом успішної діяльності підприємств ресторанного господарства є характер взаємовідносин організації зі споживачами. В основу цього принципу покладено: забезпечення споживачів послугами, які відповідають їх вимогам, забезпечення високого рівня обслуговування та повагу до їх особистих і культурних традицій.

Формування принципу зумовлене насиченням ринку послуг, внаслідок чого посилилась конкурентна боротьба, спрямована на забезпечення якості послуг з погляду споживача.

За таких обставин набув актуальності перший принцип забезпечення якості У. Є. Демінга, який визначає, що якість починається з усолодження споживача. Термін «усолодження», якнайточніше визначає той стан споживача, якого потрібно досягти. Споживач повинен отримати те, що він хоче, коли він цього хоче і в яких хоче умовах. Тому виробники зацікавлені надавати послуги, адекватні сформованим потребам, більше того, змусити споживача приємно здивуватись, перевершивши його очікування щодо якості послуг.

Обов'язковою передумовою створення послуг, адекватних потребам сьогоdnішніх споживачів, є формулювання сукупності вимог. Актуальність визначення вимог передбачає й виконання одного з основних принципів стандартизації послуг [1] та впровадження систем управління якістю [2]. Обов'язковими вимогами системи є підвищення задоволеності споживачів, що забезпечується визначенням і виконанням вимог, законодавчо регламентованих та будь-яких додаткових, встановлених організацією.

Позитивним моментом розвитку (перегляду відповідності та вдосконалення) регламентованих і додаткових вимог є можливість відзначити еволюційний етап цієї діяльності внаслідок удосконалення та оновлення регламентованих вимог, відобразивши найліпші критерії у відповідних нормативних документах. Адже вимоги до послуг мають бути чітко встановлені у вигляді характеристик, ознак та показників, що зафіксовані у відповідних стандартах, піддаються спостереженню і допускають оцінювання їх споживачами.

Специфіка послуг ресторанного господарства зумовлена наявністю виробничого процесу (приготування кулінарної продукції) та безпосереднім контактом виробника й споживача при реалізації продукції та організації відпочинку. Такий контакт, з одного боку, створює умови для розширення комунікативних зв'язків, а з іншого — збільшує кількість вимог до кваліфікаційних якостей, загальної культури виробника, матеріально-технічних ресурсів, тощо.

Якість послуг закладів ресторанного господарства визначають за допомогою встановлених відповідних характеристик та показників якості, які у свою чергу формують враження споживача в процесі одержання послуг про рівень ресторанного сервісу і затвердженні в трьох стандартах [3–5]. Це зокрема, визначені загальні вимоги до послуг ресторанного господарства, відмінні вимоги до закладів ресторанного господарства, а також вимоги до персоналу з обслуговування, структурно відображені на рис. 1.

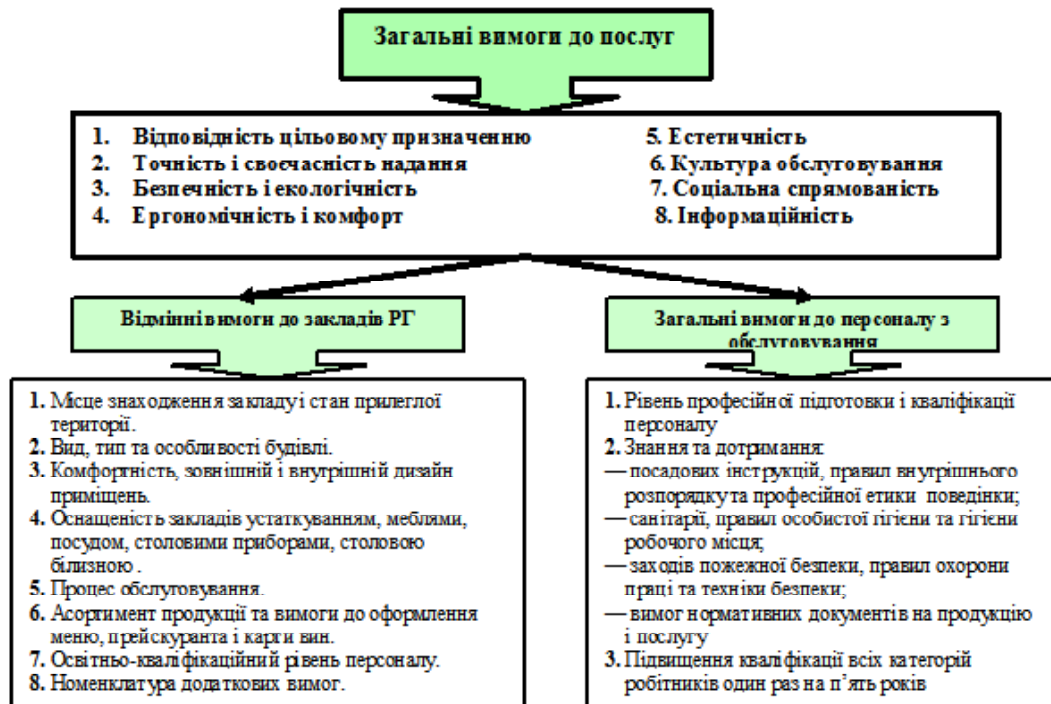


Рис. 1. Структура законодавчо регламентованих вимог у ресторанному господарстві

Виконання вимог [3] забезпечує задоволення споживачів і гармонування інтересів споживачів та підприємств (підприємців), що надають ці послуги. Це положення набуло чинності у 1997 році. Зрозуміло, десять років, які минули, та наявність вагомих змін у галузі — важлива підстава перегляду дієвості цих вимог.

Загальні вимоги до послуг визначені відповідно до основних характеристик, які представлені узагальненими показниками якості послуг. На сьогодні є низка праць [6–8] які ґрунтовно визначають і описують номенклатуру загальних та групи одиничних показників якості послуг. Розвиток будь-яких явищ передбачає аналізування, у даному випадку потрібно проаналізувати повноту вираження загальних показників якості, підтвердження їх достовірності та відповідності культурному рівню суспільства. Культура нинішньої епохи дає змогу використовувати й залучати набуті протягом її історії цінності, адже все це створено для задоволення потреб людства.

Стосовно вимог до закладів ресторанного господарства, треба віддати належне, стандарт [4] відзначив нову епоху розвитку ресторанного господарства (раніше громадське харчування), встановивши класифікацію закладів, затвердивши вимоги до них.

Останнім часом персонал з обслуговування у сфері ресторанної справи став об'єктом удосконалення (раніше основну увагу приділяли до створенню вишуканих інтер'єрів). Керівники багатьох закладів зауважили потребу у висококваліфікованих працівниках. Це підтверджує залучення до співпраці іноземних фахівців, лізинг персоналу, проведення тренінгів та інших форм навчання. Процеси, що супроводжують розвиток галузі, зумовили структурну трансформацію з професійною переорієнтацією та виникненням нових професій. Враховуючи ці зміни, можна доповнити регламентований перелік посад і професій новоутвореними, з відповідними вимогами. Зрозуміло, особливих зауважень немає, оскільки ці вимоги є загальними, сформовані для посад і професій без врахування класу і типу закладу, отже, їх універсальність підтверджується.

Вимоги, що встановлені в стандартах, певною мірою можна вважати рівнем досягнутого і обов'язковими до виконання. Заходи з поліпшення якості послуг перед-

бачають виявлення додаткових вимог, які можна назвати вирішальним резервом забезпечення якості. Здебільшого, вони впливають з очікувань споживачів під впливом різних чинників, мають характерні особливості в різних контингентів споживачів, тому їх дієвість пов'язана з конкретним закладом та його потенційними споживачами. Визначення та формування вибірки додаткових вимог для поліпшення якості послуг можна вважати неперервним процесом, зумовленим постійною зміною потреб і очікувань споживачів під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. Для визначення такого резерву поліпшення якості керівництво може організовувати системне визначення потреб та очікувань споживачів свого закладу. Для полегшення роботи з побудови (організації) схеми визначення потреб та очікувань пропонуємо (рис. 2) систему формування потреб та очікувань, яка вказує етапи формування потреб споживачів з можливими способами їх визначення, та фактори що зумовлюють зміни потреб споживачів.



Рис. 2. Система формування вимог

Вимога — сформована потреба або очікування, загальнозрозумілі або обов'язкові.

Поле дії внутрішніх чинників має місце на всіх етапах формування вимог, їх роль у появі і конкретизації потреб та очікувань, інколи зауважень і скарг, дуже вагома. Для прикладу, чинник часу у багатьох випадках, може спричинити потребу споживача швидше приготувати його замовлення, а у випадку порушення нормованого часу для



приготування — зумовити скаргу замовника. Тому вплив чинників потрібно розглядати з позитивних (сприяють репутації закладу) та негативних (зауваження до роботи закладу) позицій.

Зовнішні чинники спричинюють загальний вплив на формування потреб споживача і на діяльність закладу в цілому, при цьому частково зумовлюють роль внутрішніх чинників.

Отже, якість послуг ресторанного господарства певною мірою є нормована категорія, оскільки в стандартах має закріплені вимоги. Тому забезпечення якості послуг залежить від ступеня виконання й дотримання вимог, а їх поліпшення — від виявлення додаткових вимог. Пропозиція щодо покращання нормованої категорії дозволить безпосередньо забезпечити поліпшення якості послуг закладів галузі в цілому. Враховуючи нинішню конкуренцію на ринку ресторанних послуг, визначення додаткових вимог є вирішальним резервом з поліпшення якості послуг, визначення та виконання яких забезпечить успішну діяльність та імідж прогресивного закладу.

#### Література

1. ДСТУ 3279-95. Стандартизація послуг. Основні положення.
2. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги
3. ГОСТ 30523-97. Услуги общественного питания. Общие требования
4. ДСТУ 4281-2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація
5. ГОСТ 30524-97. Общественное питание. Требования к обслуживающему персоналу
6. Васильєв Г. А., Деева Е. М. Управленческое консультирование. Показатели качества. — М.: Юнити-Дана, 2004. — 185 с.
7. Архіпов В. В., Іванникова Т. В., Архіпова А. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: Навч. посібник. — К.: ІНКООС, Центр навч. літ., 2007. — 336 с.
8. Шаповал М. І. Менеджмент якості: Підручник. — 3-тє вид. — К.: Т-во «Знання». КОО, 2007. — 314 с.

УДК 908 (477)

Коваль Г. В.

### **БОГОРОДИЧНІ МІСЦЯ ТА ЇХ РОЛЬ У КРАЄЗНАВСТВІ**

*У статті йдеться про роль і значення богородичних місць для формування світогляду туриста-краєзнавця. Розглядається питання, пов'язане із заступництвом Богородиці. Акцент зроблено на іконах Пресвятої Діви та формуванні етнокультурної традиції, що стосується цих об'явлених видимих речей.*

З чудодійністю нашої покровительки, заступниці — Матері Божої пов'язано чимало місць в Україні. Народні уявлення про ті чи інші місця, події, пов'язані з ними, чи не найкраще збережені в легендах, переказах, оповіданнях, в окремих пісennих творах, однак вони ще належним чином не вивчені. Отже, тут зосередимо увагу на деяких аспектах, які стосуються культу Богородиці, через призму народного світобачення. Такий матеріал цікавий для кожного подорожуючого, паломника.

Семантика слова «паломництво» та його синонімічний ряд в українській мові «Словник української мови» тлумачить як «мандрівку по так званих святих місцях» [8, 32]. Сучасні видання подають ширше пояснення паломництва, зокрема, «поклоніння святим мощам, походи до святих місць» [10, 278]. В українській мові цьому термінові відповідають лексеми «проща», «богомілья», «відпуст», звідси учасників називають «паломниками», «богомольцями», «прочанами». Усі ці терміни виразно передають суть релігійних мандрівок: для відпущення, прощення, розршення гріхів, поклоніння святим місцям.

Українське паломництво має свою давню історію і багаті традиції, започатковані з часу впровадження християнства. Відомо, що існувало два основних види паломництва: «велике» — до Святої Землі, до місць, пов'язаних з Ісусом Христом і Гробом Господнім, та «мале» — до місцевих святинь. Об'єктами «великого» паломництва були Вифлеєм і Єрусалим, згодом Афон, Рим. «Мале» паломництво в Україні пов'язувалося з чудодійними місцями, на яких були з'яви Божої Матері.

Варто зазначити, що особа прочанина як окремої соціо-культурної категорії посідає неабияке місце в процесі паломництва. Переважна більшість прочан XIX–XX ст. становили нижчі соціальні верстви сільського та дрібномістечкового населення. Основну їх частину складали глибоко релігійні люди середнього та старшого віку, була й молодь, діти. До святих місць завжди йшли за власним бажанням, без примусу, всю або більшу частину дороги — пішки, з метою духовного й фізичного зцілення себе й рідних [4, 164].

Слід зазначити, що дорога, яку долає людина — це частина простору між двома точками, що пов'язує об'єкти, суб'єкти з вищою сакральною цінністю. Рух по шляху веде до пізнання простору, до досягнення його сокровених вартостей [9, 227]. Під час здійснення ходу долається реальний горизонтальний та вертикальний шлях, останній — лише фігурально і веде до поєднання з предками, з Богом, Богородицею.

Організація паломницьких походів, формування груп, програм, розв'язання побутових питань проходили в межах доволі стійких традицій. Якщо на прощу збирався

більший гурт, тоді організовували хресний хід, із процесією, хоругвами, іконами, хрестом, духовним співом.

Традиція прощі сьогодні є дуже важливою, оскільки завжди була виявом глибокої релігійності нашого народу, вона вливає в серця молоді велику любов до Пречистої Діви Марії. Такі побожні відвідини дають можливість досягнути велику духовну благодать.

Богородиця (Богоматір, Діва Марія) — мати Ісуса Христа. В Новому заповіті євангелісти, вбачаючи основним завданням розповісти про життя і діяння Ісуса Христа, залишили досить мало відомостей про Богородицю. Знаємо, що вона ще в юному віці була заручена з теслею Йосипом із дому царя Давида. Тоді ж їй довелося отримати «благую звістку» через архангела Гавриїла про те, що Бог обрав її стати матір'ю його сина. Коли Йосип дізнався, що Марія завагітніла, то, не бажаючи публічного сорому, вирішив таємно відпустити її. Проте всі його сумніви були розвіяні Божим об'явленням уві сні [Євангеліє від Матвія, 1:18–25]. Далі євангелісти згадують Богородицю у розповіді про Різдво Христа аж до мученицької смерті Ісуса на хресті.

Култ Богородиці зародився на початку існування християнства, але тільки з п'ятого століття її визнала церква. На честь Богородиці будували храми, засновували монастирі. Ще князь Володимир Великий побудував у 990 році Десятинну церкву, в якій головною була ікона Успення Божої Матері. Князь Мстислав звів церкву на честь Пречистої Діви Марії, Ярослав Мудрий, оточуючи Київ муром, поставив на воротах церкву в честь Благовіщення Пречитої Діви Марії. Вона стала покровителькою Києва з того часу, як допомогла киянам у боротьбі проти половців [3, 295]. Поступово почали з'являтися у річному колі свята, під час яких урочисто відзначалися важливі дати життя Діви Марії — Різдво Пречистої, Введення в храм, Благовіщення, Успіння.

Заступництво Богородиці перед Господом — могутнє. Упродовж усієї історії наш народ зазнавав його, ще від того часу, як князь Ярослав Мудрий віддав нашу землю під покров Пречистої Діви Марії, відтоді у ній і бачимо свою заступницю, покровительку. Тема заступництва Пресвятої Богородиці від ворогів висвітлена в народній прозі в кількох варіантах, зокрема чудесного її об'явлення перед святинією та виставлення ікони Богородиці. Найпоширеніший мотив, який висвітлює з'яву Матері Божої, пов'язаний із обороною Почаївського монастиря. Ще 1845 р. М. Костомаров переповів у своїх спогадах такий сюжет. Турецький паша підійшов до Почаївського монастиря. Люди хотіли дати відсіч ворогові, але сили були нерівні. Все ж вони вирішили вступити в смертельний бій. У цей час на хресті святині з'явилася Діва Марія. Турки почали стріляти, але кулі поверталися назад. Вороже військо змушене було втікати [6, 331].

Історичний факт засвідчує, що турки дійсно облягали Почаїв [7, 228], але їхній відступ трактується легендарною народною традицією завдяки чудові Матері Божої, яка «зійшла над Почаївом, стала. І пулі вертала, татарів, тих турків вбивала, Почаїв ратувала» [2, арк.128]. Ця чудодійна подія висвітлена і в пісенних творах:

Ой вийшла, вийшла Божая Мати,  
ой на хресті стала.  
Кулі вертала, турків вбивала,  
монастир рятувала.  
Турок не вірить, із лука мірить,  
на монастир ціляє,  
І тії стріли назад летіли,  
самих їх повбивали [5, 521].

Сюжет про врятування святині Богородицею від ворогів — міжнародний і походить із Візантії. Це розповідь про ікону Богородиці Влахернської, згідно з якою св. Андрій юродивий і його учень Єпіфаній побачили під час війни з сарацинами у влахернській

церкві Божу Матір, яка молилася за світ і розпростерла свій омофор над християнами. Тим самим вона додала їм відваги, і греки побили сарацинів [3, 295]. Прівняльний аналіз почаївської та влахернської легенд дає підстави стверджувати про спільність їхньої сюжетної схеми, однак різняться вони своїми національними елементами.

Захисну функцію культових споруд могла виконувати і чудотворна ікона Богородиці. Підтвердженням цього є фольклорні записи, скажімо, коли у Белзі (зараз містечко в Сокальському р-ні Львівської обл.) виставили ікону, то татарські кулі повернулися назад [2, арк. 128].

У фольклорних творах представлений мотив, де Божа Матір відвертає кулі від християнської святині, або від з'яви Богородиці перед храмом вороги втікають. Підтвердженням цього є запис В. Сокола про походження назви села Оглядів (Радехівський р-н Львівської обл.): «Колись, ще колись, турки нападали на той Оглядів, а Пресвята Діва стала і зупинила, не пустила їх. Потім турки цофнулися взад, а вона стояла. І як вони втікали, оглядалися, знаєте? І там є поле Оглядівщина. То собі охрестили, як той казав, колись ще мої предки, Оглядівщиною...».

Пресвята Богородиця роздає свої ласки по всьому світу, проте вибирає собі місця, де вони стають найщедрішими. Власне такі місця та ікони і є чудотворними. Чимало їх і в Україні. Так, скажімо, Бережанська чудотворна ікона Божої Матері, яка привезена з Риму ще у XVIII ст. як цінний дар від самого Папи Римського знаходиться у замковій каплиці Сінявських-Потоцьких. 1831 року її перенесено до церкви Пресвятої Трійці.

У селі Бориничі (Жидачівський р-н Львівської обл.) у каплиці знаходиться чудотворна ікона, біля якої є криниця, що називається Зозуляною. Місцеві жителі розповідають, що тривалий час літньою порою літала над тією криницею зозуля і кувала, ніби закликала людей до вшанування цього місця. А прославилось воно 1862 р., коли місцева дівчина, глухоніма від народження, умилася водою з тієї криниці, і до неї відразу ж повернувся слух і мова. Вона й почула вперше голос зозулі, після чого подякувала Пречистій за чудесне оздоровлення.

Інша чудотворна ікона Божої Матері — Борусівська (с. Борусів Жидачівський р-н Львівська обл.) Вона вже у XVII ст. славилась своїми чудами. Згідно з легендою, там врятувався угорський король Ракочий, завдячуючи Пресвятій Діві Марії.

Такі чудотворні ікони знаходяться у с. Буцнів Тернопільської обл., у с. Гошів, Зарванця, Крехів Львівської обл. Це лише невеличка частина тих місць, які величає український народ, плекає велику побожність, пошану до своєї Заступниці, Покровительки.

Вшанування ікон як тип святого образу, досить поширені. Ще великий Богослов Діонісій говорив: «Воістину видимі речі — то об'явлені ікони речей невидимих» [1, 7]. Тією невидимою річчю є Божественна Благодать, яка через Пресвяту Діву стає видимою і відчутною для українців у національно-визвольних змаганнях з іноземними поневолювачами.

Як бачимо, Пресвята Божа Мати виявляє свою опіку над українським народом в особливий спосіб, з'являючись в різних місцях на наших теренах, які є своєрідним вогнищем милосердя й любові. А їх необхідно знати, відвідувати, створювати спеціальні програми для представлення не лише на загальноукраїнському рівні, а й на міжнародному.

#### Література:

1. *Аверінцев С.* Концепція Софії та значення ікони: Премудрість Божа спорудила «Дім», щоб Бог перебував з нами // Мандрівець. — 1999. — № 5. — С. 3–7.
2. Архів Інституту народознавства НАН України. — Ф. 1. — Оп. 2. — Од. зб. 417. — 140 арк.
3. *Возняк М.* Історія української літератури. — Львів, 1994. — Кн. 2. — 558 с.
4. *Горинь Г.* Паломництво в Україні: народознавчий аспект // Народознавчі зошити. — 2003. — № 1–2. — С. 161–167.
5. *Колесса Ф.* Українська усна словесність / Вступ М. Мушинки. — Львів, 1938. — 645 с.

- 
6. Костомаров Н. Из прожитых на Волыне дней // Киевская старина. — 1884. — Кн. 2. — С. 325–332.
  7. Почаївська Лавра // Енциклопедія українознавства. — Львів, 1996. — Т. 6. — С. 2288–2289.
  8. Словник української мови: В 11-ти Т. — К.: Наук. думка, 1975. — Т. 6. — 832 с.
  9. Топоров В. Н. Пространство и текст // Текст, семантика и структура. — М.: Наука, 1983. — С. 227–284.
  10. Христианство: Энциклопедический словарь: В 3-х т. — Москва, 1995. — Т. 2. — 344 с.

УДК 908.(477).83

Василишин О. М., Василишин Д. В.

### ПРИЗАБУТІ МІСЦЯ: З ІСТОРІЇ СЕЛА ВОРОБЛЯЧИН (ЯВОРІВСЬКОГО РАЙОНУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

*У статті, на прикладі одного села, акцентується увага на важливості розвитку в Україні насамперед культурно-пізнавального туризму. Адже саме завдяки культурно-пізнавальному туризму маємо унікальну можливість воскресити у людській пам'яті героїчні сторінки української історії та наочно ознайомити з ними потенційного туриста.*

Як відомо, одним із найбільш динамічних та прибуткових видів бізнесу є туристична сфера. Саме тому у багатьох країнах туризм перетворився в надійне джерело поповнення бюджету.

Серед різновидів туризму, таких як лікувально-оздоровчий, зелений, екстремальний, міський, культурно-пізнавальний тощо, останній посідає в нашій країні особливе місце. Завдяки багатим природним ресурсам він не потребує великих фінансових затрат, лише добре розвиненої транспортної інфраструктури. Об'єктами такого туризму є місця відомих подій, пам'ятки природи, міста з їх історико-культурними пам'ятками, місця життя та діяльності відомих людей, водойми, заповідники тощо.

Як цілком справедливо зазначив у своїй статті професор І. О. Бочан, на землі майже не залишилось місць, яким вдалося уникнути людської допитливості [1]. Однак про силу-силенну місцин та їх історичне минуле людству майже нічого невідомо. Багато їх знаходяться поза увагою туристів через те, що лежать далеко від основних транспортних шляхів і, відповідно, мало описані в довідниках, путівниках чи іншій краєзнавчій літературі. Про одне з таких місць і піде мова у даній статті.

«Десятки віків посеред мальовничих лугов і лісів сірою змією крутиться-біжить дорога, яка з'єднує міста Яворів і Рава-Руську. Проминувши селище Немирів, дорога піднімається вгору і, розрізавши, немов ножем, сусіднє село, повертає різко на схід. Перед очима з'являється справжнє диво: на горі, посередині села, немов коштовний самоцвіт, біліє величава, красива церква. Вона світить у небо своїми сімома куполами, немов діамант у намисті хат, що розкинулись біля дороги. Це диво знаходиться в селі з загадковою назвою Вороблячин (Wroblaczyn)», — так розпочинав свою розповідь один з небагатьох дослідників історії села сільський дяк Петро Рудейко.

У польському географічному словнику за 1895 рік знаходимо такі дані. Розташоване село за 23 км від районного центру і 18 км від найближчої залізничної станції Рава-Руська. Знаходиться воно на підвищенні Розточчя<sup>1</sup> і лежить на 360 (за іншими даними на 369) метрів вище рівня моря. На півночі розташоване с. Смолин, на північному сході — с. Улицько-Середкевичі, на південному сході — хутір Парипси, на півдні — Передмістя і смт. Немирів, на південному заході Чернявка (частина Грушова, у повіті Яворівському). На південь від села протікає р. Рибна, притока р. Завадівки (Любачівки). Через центр села теж протікає струмок, який бере початок з джерел урочища Голоськи. Колись одна дорога з Чернечої гори (Клин), проходила найближчою балкою, південний бік якої поступово при вході в теперішнє село переходив у високу скелясту стіну. Між цими скелястими лівим берегом джерельної річечки Середньої, що тут починається, та правим, теж кам'янистим берегом дорога в'ється далі на захід [2].

<sup>1</sup> Розточчя (пол. Roztocze — звужене горбисте пасмо 15–20 км завширшки і до 400 м заввишки, яке простягається у напрямі зі Львова на південному сході до Томашова, Щебрешина і Красніка (Польща) на північному заході. Над прилеглими рівнинами — Надсянською низовиною на південному заході і Надбужанською котловиною на північному сході Розточчя підноситься на 100–150 м; на північному заході воно з'єднується з Холмською і Люблінською височинами.

Вздовж високих берегів річки Середньої дуже давно виник хутір Воробія; згодом його почали називати Врублячином<sup>2</sup>. Хутір розрісся у село, змінилася і назва — Вороблячин. У різних місцях села, на городах час від часу знаходили кам'яні ножі, стріли, скребла, молотки та інші предмети, з чого випливає, що поселення було ще в період кам'яної доби. Друга дорога з Чернечої гори прямувала в південному напрямі і недалеко від Вороблячина доходила до річки Воротні, яка витікає з-під Лисої гори (висота 379 метрів). Далі, за Парипсами, вона тече на захід поміж напівкам'яних високих берегів. Дорога минала цей рівчак і, піднімаючись на південь угору, виходила вузькою балкою на шлях Магерів–Немирів. Або ж, повернувши праворуч на захід понад річкою, проходила до колишнього хутора Романці і, переметнувшись через рівчак, вела до передмістя Немирова. Обидві дороги проходили по дну глибоких балок.

Над цією річечкою, на її високому південному березі і дорогою, що проходить через рівчак та піднімається на південь зліва, насипана гора, що височить з півночі, заходу і півдня на 70 метрів. Це — замок. Замок (52x52 м) обнесений насипним валом, на кутах якого (пд.-сх., пн.-сх. і пн.-зх.) залишки кам'яних башт. З південного сходу перед замком насипано ще додатково два вали — один вище від іншого; вони оперізують гору — замок, який відгороджено немовби велетенськими лежачими серпами. Ще в половині XIX ст. тут височіли кам'яні башти і ворота, але, коли заселявся хутір Воротня, ці кам'яні споруди розібрали, а міцно зцементоване каміння пішло на селянські будинки цілими брилами.

У 1940 році хутір було переселено в село Вороблячин. Рештки цього каміння знаходимо ще й зараз на території Воротні. Замок і дорога, що вела до нього, нині вкриті густим лісом [3].

Точної дати про поселення на місці Вороблячина поки що не знаходимо. Однак на офіційному сайті Верховної Ради України в обліковій картці села вказано «історичну дату утворення» — 1288 рік. Важко сказати, наскільки правдивим є таке твердження, але Галицько-Волинський літопис, описуючи Перемиське князівство, пише, що на шляху з Перемишля на Волинь лежало місто Любачів. Дещо далі на північний схід височів укріплений замок Подтелич (тепер село Потелич Жовківського району). На південь від Подтелича, поблизу сьогодинського с. Вороблячин Яворівського району Львівської області, знаходився стратегічно важливий перехід через горби Розточчя, що звався Ворота. Це було місце оборонне, а що його не можна було обійти, тому звалось Ворота [4; 5:427].

Урочище Воротня знаходилось у «вузькому місці» в багні, а крізь нього проходила давня дорога з півночі на південь вузькою ущелиною, по боках котрої ще й досі уціліли кам'яні залишки якоїсь споруди.

---

Розточчя являє собою кліматичну, флористичну і фауністичну прикордонну зону. Воно є перешкодою для західних і північно-західних вітрів, що приносять вологість до Галичини. Атмосферичних спадів в регіоні багато (понад 700 мм), що спричинює велике нагромадження ґрунтових вод на південному заході. На Розточчі трапляються представники флори і фауни Поділля, Полісся, Карпат, а також загальноєвропейські види. Тут проходять межі суцільного поширення ялиці, смереки, бука й модрина. Ліси — мішані (бук, ялиця, дуб), на піщаних масивах соснові бори. Ліс становить 40 %, орна земля — 30 % усієї площі. Поселення і шляхи розміщені вздовж Розточчя, більші міста розташовані там, де перехід через Розточчя легкий: Львів, на північному заході Жовква, Рава-Руська, Белзець, Томашів та ін., а на південному заході — Івано-Франкове, Немирів, Білгорай та ін.

Північно-західне Розточчя є польською етнічною територією. Частина лежала до 1946 на українсько-польському етнічному кордоні — на Холмщині, майже все південне Розточчя становить і тепер частину української етнічної території та входить до складу України.

<sup>2</sup> За однією з версій, назва населеного пункту походить від прізвища багатого землевласника Врубля, на землях якого знаходився чоловічий монастир. «Врубля ченці» — такий, доволі правдоподібний варіант пропонують нам сьогодні мешканці села.

---

Назва ця дуже давня; знаходимо її в Галицько-Волинському літописі під 1266 р. з приводу війни між польськими і галицько-волинськими князями. Це був, можливо, найважливіший пункт на шляху, що з'єднував Белз, Володимир та інші волинські міста з містами Перемиського князівства та Польщі. Про те, що ця місцевість мала військово-стратегічне значення, свідчать події згаданої війни між польським королем Болеславом V Сидливим<sup>3</sup> та коаліцією галицько-волинських князів на чолі з братом Данила Галицького — Васильком Романовичем<sup>4</sup> [6].

Згадана війна була лише однією з багатьох, що точились у Галицько-Волинському та інших князівствах. Як пише літописець, вона почалась 1265 року (за польськими даними 1264 р.) і звелась до взаємних нападів та пограбувань. Польські землі грабували спочатку литовські князі разом із Шварном Даниловичем<sup>5</sup>, а згодом князі Василько, його син Володимир і племінник Шварно — землі в околицях Любліна. Ляхи ж спалили й пограбували села в околицях Холма, Червена і Белза в Західному Побужжі. У червні 1266 р. війна наближалась до завершення, війська ворогуючих сторін розпочали

---

<sup>3</sup> *Болеслав V Сидливий* (польск. Bolesław Wstydlwy, 1226–1279) — польський князь (1243–1279), представник династії П'ястів. Син Лешека Білого і Гржимислави Луцької. У тринадцятирічному віці одружився на п'ятирічній Кунигунді, доньці угорського короля Бели IV. У подальшому Кунигунда вирізнялась надзвичайною набожністю і утримувалась від подружніх стосунків. Релігійні переконання Болеслава не дозволяли йому мати позашлюбних зв'язків, тому потомства у нього не було. Саме з цієї причини Болеслав отримав прізвисько «Сидливий».

З дев'ятирічного віку він став володарем Малої Польщі серед розділеної на уділи держави. Вступив на престол під опікою Генріха Бородатого. У 1241 році, після битви на Легніці, став краківським князем, тобто зайняв домінуюче становище серед усіх удільних князів. Епоха Болеслава V ознаменувалась нашествям татар, відділенням Сілезії від Польщі, внутрішніми чварами, серед яких дуже ослабла князівська влада, а вплив аристократії та духовенства, навпаки, посилювався. У результаті внутрішніх проблем і зовнішньої загрози Болеславу V довелося втікати з країни.

<sup>4</sup> *Василько Романович* (1203–1269) — князь Волинський, син Романа Мстиславича. Після смерті батька (1205 р.) Василько Романович разом з матір'ю і братом Данилом, рятуючись від міжусобних чвар, втекли до Польщі. Скориставшись з міжусобної боротьби, польський і угорський королі почали інтервенцію на Галицько-Волинську державу. Згодом Василько Романович і Данило Романович, закріпившись на Волині, поступово почали відвойовувати втрачені князівства. Василько Романович князував спочатку у Бресті, а в 1241 р. остаточно утвердився у Володимирі (Волинь). На чолі волинського полку взяв участь у Ярославській битві 1245 р., в якій було розгромлено загопи угорського та польського королів. Після смерті Данила Романовича Галицького (1264 р.) фактично правив усім Галицько-Волинським князівством.

<sup>5</sup> *Шварно Данилович* (1230–1269) — князь галицький, холмський і великий князь литовський (1267–1269), молодший син князя Данила Романовича. Близько 1253 року Шварно одружився з донькою литовського князя Міндовга. Після смерті батька (1264) володів Галицьким, Холмським, Дорогичинським князівствами і Чорною Руссю. Шварно був прихильником об'єднання сил Литви і Галицько-Волинського князівства для боротьби проти ятвягів і польських феодалів. Допоміг великому князеві литовському Войшелкові Міндовговичу в його боротьбі проти опозиції. Після смерті свого тестя Міндовга у 1263 році разом із сином його Войшелком правив Великим князівством Литовським, а з 1267 року Войшелк передав йому повністю владу над Литвою.



безпосередні військові дії. Польський загін відступав з околиць Белза в південно-західному напрямі по дорозі, що вела через Ворота. Цілком вірогідно, що літописець побував у цьому місці, оскільки наголошує, що «се було місце неприступне, бо не можна було його обійти нізвідки; тим-то воно й називалося „Ворота” через свою тіснину». Далі події розгортались таким чином: навздогін полякам з Червена вирушив зі своїм полком князь Шварно, а за ним Володимир Василькович. Літописець порівнює величину і силу їхніх полків з «борами великими», тобто лісами. Стратегічний задум Василька полягав у тому, щоб розгромити поляків на їхній території, коли вони почуватимуться у безпеці і розійдуться по різних місцях. Проте Шварно не послухався цієї поради, наздогнав поляків, коли вони намагалися вийти зі згаданої тіснини. У поляків склалась вигідна тактична позиція, вони перекрили вихід з тіснини Шварнові і завдали йому відчутної поразки (*«Шварно попереду йшов своїм полком і, не пам'ятаючи речі стрія свого і не дождавши полку брата свого Володимира, кинувся на бій. І коли зіткнулися они чолами, то зламали тоді ляхи полк Шварнів, а іншим полкам не можна було допомогти [йому] нізвідки через тісноту»*). Загинуло багато рядових воїнів, бояр, зокрема два сини тисяцького Дем'яна — Лаврентій та Дем'ян. Полк Володимира не допоміг Шварнові, оскільки не міг розгорнутись у бойовий порядок [7:427].

Місце битви польські тогочасні історичні джерела теж називають «Воротами при скелі, проти скелі». Ця битва і для поляків видалася настільки важкою, що всі польські історичні джерела в один голос приписують поразку війська князя Шварна надприродній, небесній силі, а не собі, не своїй хоробрості. Польські війська, незважаючи на перемогу, до смерті краківського князя Болеслава Стидливого (1279) на Україну не нападали (*«А після цього замирилися ляхи з руссю, Болеслав із Васильком і з Шварном, і стали вони жити у приязні великій»*) [5:427]. Битва була настільки незвичайна і жахлива величезними жертвами, навіть для тодішніх часів, що й досі, через 700 років, збереглися перекази, як «з місця бою кров людська текла дорогою аж в саме село і там кінчилась війна». Мабуть саме від голосів і стогону воїнів місце битви до сьогодення дня зветься Голоськи.

Давнє цвинтарище на сході села з кам'яним хрестом посередині (зовсім осібно від сільського цвинтаря) — місце поховання жертв кривавої битви 1266 р. Хрест цей за помислом Божим стоїть на цьому місці і донині, на подвір'ї сільського газди Івана Були.

Довший час місце цієї невдалої для русичів битви було невідоме дослідникам. Про нього й досі немає відомостей в історико-археологічних довідкових виданнях. Лише І. П. Крип'якевич у своїй посмертно опублікованій монографії, посилаючись на відомості львівського історика І. Шараневича, писав, що місцевість Ворота і потім Воротний є поблизу с. Вороблячин Яворівського р-ну на Львівщині [7:31].

Тож, вивчивши записи Галицько-Волинського літопису, польських історичних джерел, взявши до уваги перекази місцевих жителів, можна вважати що трагічна битва князя Шварна з поляками 17 червня 1266 р. відбулася в с. Вороблячин.

До наших днів землі, де проходили ці події, зберігають назви: Воротиська, Заворотя, Замок, а північний пологий схил узгір'я та вузька долина при ньому — Підзамче. Ліс, який густо вкриває узгір'я, тривалий час «оберігав» сліди давніх споруд на горі. Ті невеликі археологічні дослідження, які проводились тут на межі 80–90-х років минулого століття, виявили на горі залишки давнього городища фортеці, про які нічого не було відомо до 80-х років. В жодному з довідників з археології Львівщини та західних областей України ця пам'ятка давньої історії не згадана.

Нині в Україні існує ще багато маловідомих місцин, в яких просто необхідно побувати, описати їх та запропонувати до складу вже відомих маршрутів. Адже саме

завдяки культурно-пізнавальному туризму маємо унікальну можливість воскресити у людській пам'яті героїчні сторінки української історії та наочно ознайомити з ними потенційного туриста.

#### Література

1. Бочан І. О. Еволюція та сучасний стан наукового забезпечення підготовки фахівців для туристичного і готельного підприємництва // Вісн. Львів. ін-ту економіки і туризму. — 2006. — № 1.
2. Słownik geograficzny królestwa Polskiego. — Warszawa, 1895. — Т. 14. — Р. 17–18.
3. Monumenta Poloniae historica. — Leopold, 1882. — Т. 2. — Р. 808.
4. Пелецишин М. А. Нові відомості про літописне урочище «Ворота» на Яворівщині // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. історична. — 1993. — Вип. 29. — С. 3–6.
5. Літопис руський / Пер. з давньорус. Л. Є. Махновця. — К.: Дніпро, 1989.
6. Тичина Й. Вороблячинська битва 1266 року (с. Вороблячин Львівської області) // Архіви України. — 1969. — № 1. — С. 49–51.
7. Крип'якевич І. П. Галицько-Волинське князівство. — К.: Наук. думка, 1984.

## КАРПАТСЬКІ ЛІЖНИКИ — СУЧАСНЕ ПУХНАСТЕ ДИВО

*У статті розглядаються особливості розвитку одного з видів народних промислів України — ліжникарства, визначаються чинники, що впливають на художньо-естетичні особливості ліжників та їх споживні властивості.*

Ліжники — це нечисленна типологічна підгрупа товстих вовняних здебільшого узорнотканих виробів з об'ємною поверхнею та довгим пухнастим двостороннім ворсом, які мають обрядове, інтер'єрне та господарське призначення.

Крім основного — утилітарного — призначення, ліжники виконують важливу декоративну функцію. Кращі зразки традиційних і новітніх ліжників народних майстрів є сьогодні окрасою музеїв України та інших держав. Вони належать до самобутніх творів мистецтва і водночас є оригінальними репрезентантами української культури.

Виготовлення домотканих ліжників на території України відоме ще з часів раннього середньовіччя. У XVII ст. вони вироблялися в Карпатах, на Волині та Поліссі, у XIX ст. побутували на Буковині, у Херсонській та Полтавській губерніях. Однак до середини XX ст. ліжники майже повністю вийшли з ужитку українців. Збереглися вони лише в Карпатському регіоні — на Гуцульщині та Бойківщині.

Подібного типу ворсові тканини з козячої й овечої вовни поширені також у Болгарії, Словаччині, Румунії та серед інших народів Карпатсько-Балканського регіону. Виробництво ліжників характерне в основному для тих регіонів, де вівчарство було однією з головних галузей господарської діяльності місцевих мешканців.

У традиційному побуті українців ліжники здавна посідали вагоме місце. Широке використання мають ліжники і в сучасних інтер'єрах не лише сільських, а й міських помешкань — ними покривають ліжко, диван, крісла, підлогу. На Гуцульщині та Бойківщині вони використовуються і для оздоблення інтер'єрів церков. Найчастіше ними накривають лавки, сидіння, часом застеляють підлоги — переважно у вівтарній частині храму, а також наві, солії та бабинці [1].

Без ліжника важко уявити собі побут гуцульської сім'ї. Він може бути розкішним покривалом на ліжко, килимом на стіну чи підлогу, а одягнений в підковдру стає легкою та теплою ковдрою. Мало хто з туристів може втриматися, щоб не купити це м'яке диво для себе або в подарунок друзям. Адже він не тільки красивий, але й корисний — покращує мікроклімат у міських квартирах і навіть підтримує температуру в помешканні.

До кінця XIX ст. ліжники були зовсім не такими, як сучасні. Їх робили з нефарбованої вовни, і мали вони до 5 м завдовжки. Такі вироби називалися джергами і використовувалися як простирадло і ковдра водночас, а маленькі, присідлачі, клали замість сидла на коня.

На Закарпатті існує повір'я, що ліжник привертає до хати добро, тому на весіллях, крім вишитих рушників, молодим і досі стелять під ноги ліжник.

У 1869 році польський етнограф Вінцент Поль, описуючи побут гуцулів, казав, що про багатство гуцула свідчить кількість ліжників, порозвішуваних на жердці біля ліжка.

Вивченню ліжникарства присвячено багато наукових праць. Серед останніх — дослідження українського народного ткацтва і ліжникарства зокрема у монографії О. Никорак [4]. Проте в основному автори розглядали ліжники як один із видів декоративного мистецтва, зосереджуючи увагу на їх культурній цінності. Товарознавчі аспекти ліжників як товару в цих працях висвітлено недостатньо.

Ліжники були й залишаються переважно багатофункціональними речами. Їх конкретне призначення зумовлює форму, розміри та декоративне вирішення. Художньо-естетичні особливості та споживні властивості ліжників визначаються такими чинниками:

- наявність місцевої ткацької сировини (вовни);
- ґатунок вовни та якість пряжі;
- барвники;
- традиційні технічно-мистецькі прийоми (техніка тkania, композиційні вирішення, звалювання, розчісування вовни).

За матеріалом ліжники можна поділити на дві групи: вовняні та напіввовняні. У напіввовняних ліжниках основа лляна, конопляна або бавовняна, а піткання завжди вовняне. Природно, що більше цінуються вовняні ліжники.

За техніками розрізняють ліжники, виготовлені полотняним, чинуватим (прості безузорні) та килимовим «закладним» тkaniaм (узористі «коверці»).

За типами оформлення розрізняють ліжники:

- однотонні монохромні (білі, сірі, брунатні, чорні);
- поперечносмугасті ахроматичні, кольорова гама яких побудована на гармонійному поєднанні смуг природних забарвлень — білих, сірих, брунатних, коричневих;
- поперечносмугасті поліхромні «писані» ліжники, для виготовлення яких застосовують пряжу, фарбовану природними або фабричними барвниками;
- узороткані поперечносмугасті поліхромні ліжники, композиції яких сформовані за законами симетрії та рівноваги основних орнаментальних і підпорядкованих їм безузорних площин; основними мотивами візерунків є стосики, косячки, клинці, ромби;
- орнаментальні ліжники-коверці, характерною особливістю яких є різноманітні схеми розташування нескладних за формою мотивів — гладких або зубчастих смуг, стосиків, клинців, ромбів. За принципом композиційного вирішення розрізняють три основні підтипи гуцульських кверців: з позовжнім розташуванням кількох груп різнокольорових зигзагоподібних смуг-«кривуль»; із симетричним укладом аналогічних смуг відносно позовжньої осі, які утворюють посередині ромбоподібні фігури; із шаховим розташуванням поодиноких ромбів концентричної будови на площині виробу.

Гуцульські ліжники за естетичними властивостями посідають чільне місце серед однотипних виробів сусідньої Бойківщини чи віддалених осередків Наддніпрянщини та Слобожанщини.

Сьогодні ці пухнасті вироби виготовляють майже в усіх гуцульських селах, але найбільше — у Снідавці, Шешорах, Пістині. А визнаною столицею ліжникарства є Яворів. Однак якщо ще 5–6 років тому ліжники виробляли практично в кожній хаті, то сьогодні цей промисел занепадає через відсутність збуту готових виробів. На нашу думку, підтримати майстрів-ліжників і врятувати це давнє мистецтво міг би розвиток туризму в регіоні. Адже туристам завжди цікаво на власні очі побачити, як народжується виріб. А виробництво ліжників є досить колоритним у фольклорному сенсі. На тлі популяризації екологічних виробів у світі при певній рекламі можна зацікавити цими унікальними виробами й закордонних туристів.

Для виготовлення ліжників використовується вовна з овець, які випасаються на карпатських полонинах, та натуральні природні барвники. Спочатку обстрижену вовну миють і сушать, потім чешуть спеціальним гребенем, від чого утворюється пухнастий клубок. Чесана вовна має властивість вбирати в себе та віддавати в навколишнє середовище до 30 % вологи, не створюючи при цьому відчуття вогкості. Тому, крім виробництва ліжників, її використовують і для наповнення ковдр і подушок.

Чесана вовна легко скручується в нитки (рівниці), з яких потім, переважно на саморобних ткацьких верстатах, виробляють ліжники. Існує кілька традиційних візерунків, за якими можна розпізнати, в якому селі виготовлявся цей ліжник. Так, у Яворіві тчуть кривий, паркетний, російський з очками, веселковий, сливовий ліжники.

Нововитканий виріб кидають у спеціальний пристрій — валило, величезну дерев'яну діжу, звужену донизу, в яку з величезною силою падає потік води, підведений

жолобом. Потік води вривається і стрімко піднімається вгору, утворюючи вир, в якому протягом кількох годин крутяться ліжники. За час перебування у валилі ліжники стають тугими і пухнастими. Дуже добре, коли ліжник «увалюється» влітку у теплій воді. Згодом його сушать на жердках, розчісують щіткою, аби розпушити вовну.

Придбати ліжник можна на ринках Івано-Франківська, Коломиї, Яремче, Верховини та безпосередньо у виробників — у Яворові. Щоб вибрати якісний ліжник, треба добре роздивитися колір. Якщо ліжник має чорні, сірі і білі тони, то він натуральний, а якщо брунатний і зелений — фарбований. Потім потрібно перевірити ліжник на світло: якщо рідкий і просвічується, то, значить, недовго був у валилі або й зовсім не був. Такий ліжник довго не прослужить. А ще треба висмикнути з нього ворсинку: якщо вона коротка, то виріб витканий з ниток, прядених з того волокна, що залишилося на щітці після розчісування доброго ліжника. Щоб добро не пропадало, роблять ліжники і з другосортної сировини. Слід ретельно обдивитися й основу, яка повинна бути тільки вовняною.

Кажуть, що у справжнього ліжника особлива енергетика, яка передає силу гір і тепло рук майстрині, а чергування природних кольорів позитивно впливає на зір. Крім того, це карпатське покривало відоме своїми цілющими властивостями в лікуванні радикуліту та простудних захворювань.

Отже, ліжники є одним з видів народного ткацтва, яке в Україні має давні традиції. І хоча сьогодні ліжникарство занепадає, інтерес до нього не втрачається. Адже карпатські ліжники — екологічні вироби з лікувальними властивостями. Крім того, ліжникарство — це унікальне мистецтво, своєрідний етнічний символ, що викликає зацікавлення туристів, як вітчизняних, так і закордонних.

#### Література

1. ДСТУ 2199093. Килими і килимові вироби українські. Загальні технічні умови.
2. ДСТУ 2199-93. Килими і килимові вироби. Терміни та визначення.
3. *Запаско Я. П.* Українське народне килимарство. — К., 1973. — 168 с.
4. *Никорак О. І.* Українська народна тканина XIX–XX ст.: типологія, локалізація, художні особливості. Ч. 1. Інтер'єрні тканини. — Львів: Афіша, 2004. — 578 с.
5. *Плугатор Г.* Пухнасте диво // Карпати. Туризм. Відпочинок. — 2004. — № 2. — С. 28–29.
6. *Полікарпов І. С., Стефанюк Є. М., Пелик Л. В.* Килими та килимові вироби. — К.: Центр навч. літ., 2006. — 112 с.
7. *Стефанюк Є. М., Полікарпов І. С.* Вироби народних промислів України. — К.: Укоопосвіта, 2002. — 470 с.

УДК 141.32

Боднарчук М. З.

### ЕКЗИСТЕНЦІЙНА ВИМІРНІСТЬ СВОБОДИ ЛЮДИНИ В НАУКОВІЙ СПАДЩИНІ ІВАНА ФРАНКА

*Розуміючи важливість суспільно-політичної, економічної, національно-духовної єдності існування України та українського народу, І. Франко розглядає свободу як визначальну умову розкриття й повновартісного вияву сутнісного єства людини в усій повноті національної екзистенції — у політичній, економічній, соціальній сферах, у культурі та духовності.*

Від віків свобода постає спонукальним чинником та умовою повноцінного буття всього живого. У процесі еволюції прагнення до свободи переходить поступовий розвиток на всіх рівнях живого, доходячи до раціонального її усвідомлення як вічного супровідника, умови й мети існування кожної людини, народу, нації. Також і в історично-оприявленому, соціальному стані буття з необхідністю виявляються сутнісні домінантні єства, генетичні первні людини: мова, певні ментально-психологічні риси та світоглядно-духовні традиції і переконання народу, вірування, прагнення до особистої й національної незалежності. А чинником, умовою і свідченням їх повноцінного розвитку з необхідністю виступає свобода, як екзистенційний вимір сутності людини. Феномен свободи в її глибинно гуманістичних, життєдайних виявах був і є предметом філософських роздумів, а потреба її досягнути з неминучістю впливає із самої суті індивідуального єства людини, є визначальним принципом нашого існування.

Проблема свободи не вирішується, якщо вважати, що свобода є лише атрибутом чи здатністю, якою ми наділені фактично. Дилема свободи по-справжньому постає перед людиною, народом, нацією тільки в дії, у боротьбі, у процесі серйозного виходу назустріч можливостям своєї екзистенції та свідомого прийняття відповідного рішення. Усвідомивши свій вибір, людина зміцнює власну роль у бутті, розширює діапазон індивідуального самовияву — отже, рівень її свободи зростає.

Важливість, таємничість і невичерпне багатство змісту свободи стають особливо відчутними в умовах її втрати. Відсутність національної свободи викликає незбориме прагнення її повернути, адже людина не може стати вільною в умовах політичного, соціально-економічного чи духовного поневолення народу. Відсутність свободи завжди була спонукальним чинником національної боротьби, соціальних змін та революцій; кожна визначна особистість, державний діяч, соціальний реформатор, виконували історичну роль, здійснювали власну життєву місію на ґрунті певного національного середовища, національної ідеї, національної екзистенції. Тому з природою свободи пов'язана постійна боротьба за неї, і наявна свобода потребує пильного захисту.

Проблема свободи, як екзистенційного виміру сутності людини, поряд із важливими екзистенційно-ціннісними поняттями людського щастя і рівності, політичної самостійності та національної незалежності займає вагоме місце в наукових та світоглядних пошуках Івана Франка. Поставлена проблема не є у працях франкознавців глибоко дослідженою та всебічно вивченою. У наукових працях А. Брагінця «Філософські і суспільно-політичні погляди Івана Франка», А. Пашука «Проблеми суспільного розвитку в ідеології революційного демократизму України», Б. Сохацького «Проблема соціально-політичних свобод в ідеології революційного демократизму України другої половини XIX — початку XX століття» основна увага зосереджувалась на соціально-економічних аспектах проблеми, але питання національно-духовного виміру свободи у творах І. Франка історико-філософською літературою ще мало досліджене.

Мета пропонованого дослідження полягає в тому, щоб виокремити й проаналізувати національно-духовний вимір свободи як визначальної умови розкриття й повновар-

тісного вияву сутнісного єства людини в контексті її осмислення літературно-філософською спадщиною І.Франка. У творчості вченого і поета-мислителя, що поєднував науковий пошук з літературною діяльністю, чітко бачимо прагнення досягнути й осмислити глибинні основи людського єства — ті основи, що визначають його екзистенційність, як основоположний, джерельний рушій прагнень, мислення та дії людини. Сутність людини багатогранна, і визначається не просто сприйняттям обставин, відносин, життєвих подій, що є рівнем буденної свідомості, а насамперед — розвиненим світоглядом, осмисленням і розумінням духовних цінностей, а з цього виростає багатство життєвих принципів та ідей, які ошляхетнюють людину й скеровують її мислення та вчинки на утвердження таких цінностей в реальному житті. Свобода ж людини, як екзистенційний вимір її сутності, виявляється в повсякчасній креативності, у незламній вірі в перемогу добра над злом, у поступ.

Упродовж тисячолітньої нашої історії свобода була питанням практичним, досягалася не раз як жорстока та безкомпромісна боротьба за свою державність і національне визволення, як життєствердна необхідність. Відсутність національної, а отже, й особистої свободи, часто ставила народ у непросту ситуацію вибору — «бути чи не бути», що визначало її (свободу) як важливу екзистенційну потребу. Розуміючи всю суть суспільно-політичної, економічної та національно-духовної єдності існування України й українського народу, І. Франко ще у другій половині XIX — на початку XX століття чітко і ясно поставив проблему свободи, відкидаючи всілякі облудні та оманливі теорії, які духовно обезвладнювали народ і зводили його на манівці. Багато з того, що характеризувало буття українців у часи І. Франка, маємо сьогодні, коли врешті досягнуто державність, формуються концепції та впроваджуються програми етнопатриотичного розвитку, але для зміцнення та збереження свободи, як умови реалізації різноманітних сутнісних потреб всієї нації та кожного громадянина зокрема, потрібно ще чимало зусиль, жертвованої боротьби та невтомної праці, враховуючи непевність деяких внутрішніх сил і неширість «стратегічних партнерів», що мають свій інтерес і плани щодо України.

Розуміння свободи як екзистенційного виміру сутності людини та народу в поглядах Івана Франка має певну, зумовлену об'єктивними обставинами нашого історичного розвитку структуру і включає низку органічно взаємопов'язаних компонентів. Вчений насамперед акцентує на тому, що українці не матимуть суверенного існування, якщо не забезпечать собі самостійного й самодостатнього економічного розвитку. «Економічне питання таке важне, таке основне, що й при справі політичної самостійності всякого народу не те що поминути його не можна, але треба класти його як вихідну точку» [5:279]. Річ не тільки в тому, що економічна самостійність народу є підвалиною його суверенітету. Адже й навколо певних економічних проблем розгортається соціальна боротьба. Осягнення економічної свободи та економічної самостійності для українців органічно пов'язується з суспільно-політичними, державними проблемами. Власне, уся суть справи в тому, що поневолений український народ не мав державно-політичної самостійності, а тому його економічна свобода ставала нереальною, бо жив він «на нашій, не своїй землі». Ось тому І. Франко і наголошує: щоб досягнути економічну свободу й незалежність, український народ мусить здобути державно-політичну самостійність. «Значить жолудкові ідеї, тобто національно-економічні питання самі собою, з залізною консеквенцією пруть усяку націю до виборювання для себе політичної самостійності, а в противнім разі розкривають перед нею неминучу перспективу економічного невідільництва, занидіння, пауперизації, культурного застою і упадку» [5:280]. Вимога осягнення економічної незалежності силою історичного розвитку ставить перед українцями питання про першозначність здобуття державно-політичної самостійності

як вирішального чинника визволення всього народу. Звідси постає завдання державно-політичної свободи української нації.

Іван Франко знав, що повновартісну національну свободу, як і свободу кожної людини у своїй державі, досягнемо тоді, коли найголовніші первні етнічного самовизначення, — національна свідомість, національна самоповага, жертвний патріотизм, любов до рідної землі — стануть сутнісними домінантами духовного єства наших співвітчизників, необхідними принципами буття нації в усіх сферах її існування. У контексті визвольних змагань українців він звернув увагу на доленосну для нашої людності проблему національної єдності. В «Одвертому листі до галицької української молодіжі» (1905 р.), порушивши низку проблем з обсягу конкретних справ та дій тогочасного українства загалом, вчений наголосив на невідкладній потребі консолідації українців і в цьому розрізі поставив доленосне запитання про творення української нації [4:404]. Ставлячи це, величезної ваги завдання, мислитель розумів, що завдання творення нації вже не зійде з «порядку денного» людськості, бо це велика історична вимога ХХ століття, яка не втратила своєї виняткової актуальності для державотворчого сьогодення в Україні. Отже, І. Франко сформулював великої історичної ваги завдання українського націотворення — витворити з усієї маси українського народу єдину націю. «Ми, — писав І. Франко, — мусимо навчитися чути себе українцями — не галицькими, не буковинськими українцями, а українцями без офіціальних кордонів. Ми повинні поперед усього пізнати ту свою Україну, всю в її етнографічних межах, у її теперішнім культурнім стані, познайомитися з її природними засобами та громадськими болячками і засвоїти собі те знання твердо, до тої міри, щоб ми боліли кожним її частковим, локальним болем і радувалися кожним хоч і як дрібним та частковим її успіхом, а головню, щоб ми розуміли всі прояви її життя, щоб почували себе справді, практично часткою його» [4:405].

На цій основі І. Франко формулює принцип національної свідомості як духовної підвалини єдності нації та її політичної самостійності. Адже потреби державно-політичної самостійності, економічної та національної незалежності — це ті складові, які визначають не тільки структуру, а й духовний зміст українського національного розвитку, що надихав наш народ на боротьбу за свободу й надихає його сьогодні. І в цьому сенсі національна свобода постає доленосною запорукою, екзистенційним виміром сутності людини та нації, як її розумів мислитель, наголошуючи: «Все, що йде поза рами нації, се або фарисейство людей, що інтернаціональними ідеалами раді би прикрити свої змагання до панування одної нації над другою, або хворобливий сентименталізм фантастів, що раді би широкими «вселюдськими» фразами покрити своє духовне відчуження від рідної нації» [5:284].

Коли мова заходить про національний ідеал, як органічний сплав окремих доленосних для українського народу завдань та потреб історичного розвитку, без усвідомлення яких нація не здобуде свободи ні у сфері економічній, ні в державно-політичному чи інших життєво важливих вимірах своєї екзистенції, слід розуміти, що самі по собі ці ідеали та принципи не здійснюються і не породжуються механічно. Формуючи структуру сутнісних потреб людини, у контексті науково-аналітичного осмислення марксистської теорії матеріалістичного детермінізму, І. Франко вирішальним чинником усвідомлення та задоволення «фізичних і духовних потреб» вважав самого «чоловіка», діяча, котрий цілеспрямовано шукає засобів і способів їх заспокоїти, формує для цього відповідні уявлення, думки, ідеї, поняття, ідеали та принципи. Людина усвідомлює потреби, та від їх усвідомлення прямує до свідомого створення засобів задоволення цих потреб. Тут сконцентровано антропологічний підхід вченого щодо генези ідеалів: не виробництво, а людська сутність «фізичних і духовних» потреб є джерелом останніх. Виробництво є лише засобом задоволення потреб людини, тому



не може визначати всю повноту екзистенції окремого «чоловіка» чи нації. Головну роль у розвитку виробництва відіграють ідеали та принципи, вони є визначальним рушієм його прогресу, як і поступу суспільно-політичного життя. Виникнувши і склавшись у свідомості людини, ідеали стають рушійною силою розвитку, але суть у тому, щоб ті ідеали були відповідні реаліям життя і перспективам його розвитку, повновартісні, життєздатні, життєтворчі. «Тільки там, де ті ідеали живі, розвиваються і пнуться чимраз вище, маємо й прогресивну і чимраз інтенсивнішу матеріальну продукцію» [5:283–284].

У цьому зв'язку мислитель звертає нашу увагу на життєву необхідність досягнення ідеалу національної свободи та рівності, який ніби лежить «поза межами можливого» і видається майже недосяжним. «Та не забувайте ж, що тисячні стежки, що ведуть до його осущення, лежать просто-таки під нашими ногами, і що тільки від нашої свідомості того ідеалу, від нашої згоди на нього буде залежати, чи ми підемо тими стежками в напрямі до нього, чи може звернемо на зовсім інші стежки» [5:285]. В нашій історії багато було прикладів, коли одні йшли «тими стежками», що вели до ідеалу національної свободи, та його так і не досягли, інші звертали на хибні стежки й сходили на манівці, «попадали в зневіру і апатію» [5:283]. У сучасній Україні також ходять різними стежками: одні намагаються вибороти й досягнути національний ідеал, інші йдуть манівцями — відкрито чи приховано його підривають, а треті потрапляють «у зневіру і апатію».

Знаючи, до чого призводять «зневіра та апатія», соціальна і політична пасивність і втрата націотворчого ідеалу серед деяких кіл в Україні, І. Франко прагнув націлити на активні дії, спрямувати державотворчі зусилля на виборювання громадянських прав, рівності та свободи. Річ у тім, що проблема свободи, в контексті аналізу наукової спадщини мислителя, має ще один сутнісний вияв. Осмислюючи економічні та політичні перспективи української незалежності, І. Франко звертає свою увагу на питання соціально-політичної емансипації, і, зокрема, на проблему соціальної рівноправності та рівності, а отже, й свободи, як можливості законними, цивілізованими методами захищати невід'ємні людські права, провадити вільну діяльність у будь-якій сфері. Діалогічна форма філософсько-аналітичного твору «На склоні віку» дозволила автору глибоко проаналізувати важливе теоретичне питання про рівноправність та рівність, навколо якого розгорнулася дискусія головних дійових осіб — Іларіона, Зенона та Євфрозини. Відчутно разом із тим, що різні та навіть і протилежні погляди дискутантів передають точку зору самого Франка, який їх устами показав різносторонність розвитку XIX століття, даючи таким чином всебічну характеристику проминаючої епохи.

Оптиміст Іларіон риторично наголошує, що емансипація трудівників майже завершена, бо вже дала те, що мала дати — рівноправність [3:289]. На його погляд, емансипація тотожна рівноправності, вона вже практично досягнута у соціально-політичній сфері. Справді, робітники на той час здобули рівноправність, здобули рівноправність і селяни. Природну рівність людей визнавали тоді й законодавці. Однак фактично існувала «ота страшна нерівність, коли ...усе, що є знаряддям виробництва, або капіталом, все це перебуває в руках меншої частини суспільства — в руках капіталістів. А більшість, усі робітники, стають залежними від капіталу, стають рабами» [6:35]. За таких взаємин рівні права були лише на папері, а насправді робітник залишався просто наймитом, залежним від власника капіталу. Отже, опонує Франко, рівноправність і рівність — різні речі. Отримавши політичні права, чи отримали люди рівність і свободу? — ставить питання мислитель [3:289]. Коли мова заходить про свободу людини як екзистенційний вимір, про її вільне самовираження, то здобуття правової та економічної рівноправності — тільки перший крок на шляху соціально-політичної емансипації.

Вчений бачив і розумів велику непереборну складність в досягненні рівності, бо це питання соціальної, економічної, правової, національної свободи, рівних можливостей: бідний не рівний з багатим, між бідним і багатим рівності не було, нема і не буде.

Зрештою, на наших очах уже минуло ХХ століття, але бажаної та очікуваної рівності не видно: відома «рівність», яку приніс і утверджував соціалізм, виявилась утопією та оманною у своїй реальності — певною формою гніту та несвободи, а у світі «вільної конкуренції» велася і продовжує вестися мова про «рівність можливостей», бо кожна людина має рівне право ставати багатію, рівне право «щось» досягнути. Але ж знову це є рівність перед законом, а «теперішня рівність перед законом, — наголошує І.Франко, — це те саме, якби хтось втішав голодного тим, що він має право бути ситим, але не дав йому при тому хліба» [7:50]. У такій постановці рівність перед законом — це не рівність, а рівноправність.

Тому І. Франко й ставить питання про потребу досягнення реальної рівності людей, тобто їх рівності не тільки перед законом, що є лише рівноправністю. Мова йде про соціально-політичну свободу та рівні можливості її найповнішої реалізації, про соціальну рівність усіх громадян. До такої рівності ще треба змагати. А коли до цього дійде і чи взагалі дійде, Каменярь не брав на себе пророцтва. Зрештою, а чи всі люди рівні від природи, чи всі вони з однаковою силою прагнуть свободи? Каменярь і мав небезпідставні сумніви щодо успіху боротьби за рівність у наступному ХХ столітті.

Звісно, Франкова наука могла б стати в пригоді українцям у сучасну добу державотворення. Винятково актуальними залишаються питання націотворення — формування сучасної української нації, питання розвитку національної свідомості, консолідації народу в єдиний етнонаціональний моноліт, захист української мови — цього важливого чинника свободи людини, як і рішуча боротьба проти русифікації та сучасних новоявлених москвофілів, що підривають націю й державне існування народу. Ідеї Каменяря животворчі, як і колись, актуальні ще й тому, що в сучасних умовах українського державності вони спрямовані проти різного роду демагогів, які в силу своїх егоїстичних інтересів підривають Україну зсередини: економічно, політично, ідеологічно. У спротиві цим небезпечним тенденціям ідеї мислителя є незамінною духовною зброєю, якою повинна володіти насамперед національна еліта, покликана бути оборонцем, вихователем та духовним провідником народу за його кращу долю, рівність і свободу. Вчений часто звертався до інтелігенції, як могутньої духовної сили, на яку історія покладала важку місію відповідальності перед своєю нацією.

У контексті окресленої статтею проблеми неможливо оминати питання мови, котра, як сутнісна домінанта людського ества та важливий чинник свободи людини і всієї нації, завжди була об'єктом прискіпливої уваги І. Франка. Безумовно, українська мова — це базова етнонаціональна цінність, без повного та всебічного розвитку якої будувати сучасну незалежну державу — справа марна, адже рідне слово — перша й найголовніша ознака, вираз духовної єдності народу. Нація і мова — органічне ціле, сутнісно-родова єдність. Розуміючи мову як засіб спілкування, закріплення, збереження та передавання знань, життєво важливої етногенетичної інформації, вчений розглядав її також як етнопсихологічний, духовно-сутнісний феномен буття народу, адже мова — не просто чинник свободи людини, вона сама по собі є виявом цієї свободи. Будь-який притиск, диктат у царині мови — це насилля над духовним світом людини.

Потрібно звернути увагу ще на один аспект франкового розуміння мови, а саме такий ґрунтовний теоретико-пізнавальний погляд мислителя, який у цьому явищі бачив маловивчену ще таємницю людської та національної екзистенції — психологічної й духовної, своїми витоками пов'язаної з глибинною сутністю буття народу, з досягненням свободи як всією нацією загалом, так і кожним окремим чоловіком [1:233].

Мислитель наголошував на цій проблемі ще й тому, що історія наша була переповнена нігілістичним ставленням до української мови як «відсталої», «мужицької» та приреченої на відмирання чи призначеної «для домашнього вжитку». При тому штучно підтримувалися й культивувалися «свої» доморощені нігілісти та нищителі українського

слова, малороси і москвофіли. Про мовну культуру таких практик, а тим більше про розвиток мови як сутнісної домінанти людського ества тут зайве й говорити. На такій основі з'являється внутрішня душевна роздвоєність, яка переростає у «дволичність і двоєдушність» [2:413]. Ставши жертвою такої душевної роздвоєності, людина опиняється в культурній самоізоляції, втрачає національну ідентичність. Адже цінності та ідеали національної культури є тими мовленнєвими значеннями в структурі мови, що визначають відповідні зразки та моделі сприймання і ставлення до дійсності. Вони формують культурно-історичний досвід народу, національно-самобутні риси способу мислення, свою систему світобачення, яка для людини є основою особистої самоідентифікації.

Розглянувши проблему рідної мови, як одного з найважливіших чинників національної свободи, Іван Франко визначає її як необхідно-сутнісний та невід'ємний атрибут самовизначення, самоствердження та самовираження нації. Адже мова є найважливішим виразником психологічного, морального і душевного стану людського ества і народу загалом. Більше того, для емоційно вразливих та духовно і творчо обдарованих людей мовна суперечливість може призвести до духовно-світоглядної кризи, душевної хвороби чи навіть смерті. В іншому випадку моральний та психологічний стан людини залишається обмеженим вином перед власним народом та власним сумлінням.

І. Франко високо підніс українські національні ідеали та принципи свободи і рівності як дороговказ, програму і мету боротьби нашого народу за своє визволення. Вже ранні твори поета «Не пора, не пора, не пора», «Моя любов», «Ляхам», «Розвивайся ти, високий дубе» написані в 1880–1883 роках, заклали несхибні та непорушні духовні підвалини для досягнення свободи та рівності, як необхідного виміру національного буття. Наступні художні, публіцистичні та наукові праці поглиблюють і розвивають теоретичне бачення цих підставових принципів. До таких праць варто зарахувати: «Чи вертатись нам назад до народу?», «Наш погляд на польське питання» (1883), «Формальний і реальний націоналізм» (1889), «Реалісти чи кар'єристи» (1896), «Поза межами можливого» (1900), «Подуви весни в Росії» (1904), «Одвертий лист до галицької української молодіжі» (1905), «Мойсей», «Ідеї» і «Ідеали» галицької москвофільської молодіжі» (1905), «Суспільно-політичні погляди М. Драгоманова» (1906), «Свобода і автономія» (1907). Ідеали та принципи національної свободи і рівності, які сформулював Іван Франко, показали реальний стан та історичну перспективу розвитку нашого народу і тому є могутньою духовною опорою збереження, оборони й утвердження державної самостійності та національної незалежності в сучасну добу його існування.

### Література

1. Франко І. Двозначність і дволичність // Літературно-науковий вісник. — Львів: НТШ, 1905. — Т. XXX, кн. VI. — С. 231–244.
2. Франко І. «Ідеї» й «ідеали» галицької москвофільської молодіжі // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1986. — Т. 45. — С. 410–422.
3. Франко І. На склоні віку // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1986. — Т. 45. — С. 286–299.
4. Франко І. Одвертий лист до галицької української молодіжі // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1986. — Т. 45. — С. 401–409.
5. Франко І. Поза межами можливого // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1986. — Т. 45. — С. 276–285.
6. Франко І. Чого ми вимагаємо // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1984. — Т. 44. — Кн. 1. — С. 34–42.
7. Франко І. Що таке соціалізм // Збір. тв. у 50 т. — К.: Наук. думка, 1986. — Т. 45. — С. 44–55.

УДК 378.147

Парійчук К. Р.

## СПЕЦИФІКА ВИКЛАДАННЯ КУЛЬТУРОЛОГІЇ В УМОВАХ КРЕДИТНО-МОДУЛЬНОЇ СИСТЕМИ

*У статті розглядаються проблеми викладання культурології за кредитно-модульною системою як інноваційною освітньою технологією, що дозволяє модернізувати та підвищити ефективність навчання і якість засвоєння матеріалу, зумовлює необхідність індивідуального підходу до студента в процесі навчання.*

Входження України в європейське співтовариство є неможливим без структурної реформи національної системи вищої освіти. А однією зі складових цієї реформи є реалізація в нашій країні ідей і принципів Болонського процесу. Це дозволить Україні ввійти до єдиної Європейської зони вищої освіти і стати конкурентоспроможною на світовому ринку освітніх послуг.

Болонська декларація передбачає запровадження системи академічних кредитів, яка аналогічна Європейській кредитно-трансферній системі (ECTS). Ця система є засобом підвищення мобільності студентів, що уможливорює їх перехід з однієї навчальної програми на іншу, засобом передачі кредитів вищих навчальних закладів інших країн, дає змогу враховувати всі досягнення студента (участь у наукових дослідженнях, конференціях, олімпіадах тощо) поза навчальним навантаженням. Кредитно-модульна система організації навчального процесу ґрунтується на поєднанні модульного способу навчання та залікових освітніх одиниць — залікових кредитів [1–3].

«Визначення змістових модулів навчання, узгодження кредитних систем оцінювання досягнень студентів стануть основою для створення умов для вільного переміщення студентів, викладачів, менеджерів освіти та дослідників на території Європи», — зазначає Т. Красовський [6].

Модульний спосіб навчання бере початок у 60-х роках ХХ ст., коли американським педагогом С. Постлетвейтом була розроблена концепція «одиниць змісту навчання», згідно з якою навчальний матеріал поділяється на відокремлені автономні частини - модулі, зміст і обсяг яких визначається дидактичною метою. Модуль як концептуальна одиниця навчального матеріалу містить (окрім викладу інформації і науково-методичного забезпечення) матеріали для засвоєння навчальної дисципліни: методичні рекомендації, довідки, тестові завдання, питання для самоконтролю.

Навчальний модуль, отже, виступає у значенні задокументованої завершеної частини освітньо-професійної програми, що реалізується відповідними формами навчального процесу. Навчальну програму можна побудувати як взаємопов'язану і взаємозумовлену систему змістових модулів, які з урахуванням психофізіологічних норм опрацювання студентами окремих навчальних елементів можуть бути засвоєні за певний необхідний для цього час.

Модульне навчання в поєднанні з рейтинговою системою оцінювання знань, умінь і навичок набуває ознак освітньої технології.

Як зазначають М. Власко та О. Устименко, «найсуттєвішою перевагою модульно-рейтингової технології навчання є її суб'єктна парадигма, згідно з якою викладач сприймає слухача як суб'єкта навчання, активного його учасника, котрий працює самостійно над навчальним матеріалом під його (викладача) контролем і в межах визначеного часу має право на вибір тактики навчання (темпу, послідовності проходження, рівня засвоєння, самоконтролю засвоєння, самооцінки підготовки і т. ін.)» [4].

У системі кредитно-модульного навчання студент замість одного семестрового іспиту виконує кілька модульних контрольних робіт після опанування змісту кожного

чергового модуля. Модульно-рейтингова освітня технологія стимулює активність студента протягом усього семестру і не знецінює одержаних ним поточних оцінок.

Здобуті знання студент використовує для розв'язання практичних задач, що моделюють реальні завдання фахової діяльності.

Культурологія як самостійна гуманітарна дисципліна перебуває в стадії становлення: декілька років назад була введена у навчальні програми вузів замість курсу «Української та зарубіжної культури».

Завданням культурології є з'ясування «генетичного коду» культури — її глибинних основ, дослідження закономірностей та особливостей історико-культурного процесу в світовому і національному масштабах. Думка про можливість і необхідність побудови загальної теорії культури вперше була обґрунтована культурантропологом Леслі Уайтом. Саме він запропонував термін «культурологія» як назву науки про культуру взагалі. На думку Л. Уайта, культура — це особливий об'єкт дійсності, сукупність (множина) соціальних явищ: безпосереднім об'єктом вивчення людства є зовсім не людина, а культура.

Культурологія як окрема галузь знання займається вирішенням таких фундаментальних проблем:

- аналіз культури як системи культурних феноменів;
- вивчення моделі культурологічних досліджень;
- виявлення ментального змісту культури;
- уміння виявляти розбіжності (спільне–відмінне) у культурах окремих суб'єктів (країн) і регіонів;
- дослідження типології культури;
- розв'язання проблем соціокультурної динаміки;
- вивчення культурних кодів та комунікацій.

Культурологія як теоретична дисципліна не визнає ілюстративності і просто реєстрування культурних явищ, її науковий метод допускає тільки суворо концептуальні типи формулювань, чітку постановку теоретичних проблем.

Вивчення культури як суспільного явища допомагає студентам пояснити процеси духовного і соціального життя. Виявлення комплексу взаємопов'язаних культурних явищ в суспільстві дозволить систематизувати, класифікувати і упорядкувати багатомайття форм людської діяльності.

У ході культурної практики кожна людина повинна соціально визначити цінності і смисли приватного життя, міжособистісних стосунків, моралі, побутової етики, тобто освоїти повсякденний пласт культури. Водночас, суспільне буття і свідомість становлять сукупність спеціалізованих сфер культури, що охоплює процеси соціального порядку, життєзабезпечення та економічної, політичної і правової взаємодії, а також філософії, соціології, психології тощо.

Виходячи з положенням про культурологію як теоретичну дисципліну, можна визначити об'єкт, предмет, зміст і завдання її як навчальної дисципліни, з'ясувати проблеми її викладання за кредитно-модульною системою.

На відміну від навчальної дисципліни «Українська та зарубіжна культура» (який були притаманні переважно ілюстративно-реєстраційний характер змісту навчального матеріалу та описово-фактологічні дидактичні прийоми його викладу), культурологія як нормативна базова дисципліна синтезує філософські, соціологічні та історичні свої складові. Визначення об'єкта і предмета культурології концентрується навколо поняття культури, що вживається в дуже широкому діапазоні своїх значень. Культурологія як об'єкт вивчення має перед собою весь «світ створених (людиною) порядків» — артефактів, смислів, знаків. Як спеціальний предмет культурологія досліджує походження і морфологію культури — її структуру, сутність, смисл, типологію, динаміку, мови.

Основною метою навчальної дисципліни «Культурологія» є формування в студентів системи знань про сутність культури як форми людської діяльності, її різновиди та історико-типологічні ознаки, роль культури у формуванні особистості та розвитку суспільства. Вивчення культурології розширює знання студентів про багатовимірний світ культури, допомагає орієнтуватися в соціокультурних процесах і усвідомлювати себе в діалозі культур. Це сприяє тому, що кожна людина в ході культурної практики соціально визначає цінності і смисли приватного життя, міжособистісних стосунків, моралі, побутової етики, тобто освоює повсякденний пласт культури. В той же час суспільне буття і свідомість становлять сукупність специфічних сфер культури, що включає процеси соціального порядку, життєзабезпечення та економічної, політичної і правової взаємодії, а також філософії, соціології, психології тощо.

Предметом навчальної дисципліни «Культурологія» є культура як система потенційних та актуальних цінностей, їх зміст та функціонально-рольове призначення в системі суспільних відносин.

Виходячи з цього, головними завданнями дисципліни є:

- визначення основних категорій культурології;
- з'ясування сутності та цінності природи культури;
- формування уявлень про типологічні моделі культури;
- виявлення співвідношення понять «культура» і «цивілізація»;
- розкриття ролі та місця української культури в європейському і світовому контекстах;
- вивчення мови культури, розкриття поняття культурного коду, розуміння культури як тексту;
- з'ясування специфіки мистецтва як елемента культури;
- з'ясування художніх стилів та напрямів у мистецтві;
- вивчення місця релігії і науки у контексті культури ;
- формування уявлень про людину як творця культурного продукту.

Із запровадженням у навчальний процес курсу «Культурологія», виникає проблема ефективного використання цієї дисципліни, а з впровадженням кредитно-модульної системи — її застосування у процесі викладання. «Культурологія» має широкі можливості для запровадження кредитно-модульної системи як інноваційної освітньої технології, однак у реалізації навчального процесу існують певні труднощі.

Вивчення курсу «Культурологія» в рамках кредитно-модульної системи дозволяє реалізувати цілі і завдання цієї навчальної дисципліни, дає змогу істотно поглибити зміст культурологічного матеріалу, позитивно впливати на формування практичних умінь і навичок студентів. Кредитно-модульна система забезпечує високий рівень інтерактивності викладання, вона зумовлює необхідність індивідуального підходу до студента в процесі навчання, дозволяє застосовувати такі прийоми і способи індивідуалізації навчання, які максимально сприяють підвищенню його результативності. Особливо цінною характеристикою кредитно-модульної системи в її застосуванні до викладання культурології є забезпечення нею високого рівня досягнень студента в оволодінні програмними завданнями, широким можливостей застосування в індивідуальному пошукові сучасних інформаційних технологій і засобів. Це урізноманітнює навчальний процес як в межах навчальної програми, так і поза нею, підвищує якість засвоєння навчального матеріалу, сприяє кращій результативності навчання.

Кредитно-модульна система дає змогу істотно поглибити зміст навчального матеріалу. Скажімо, модульний навчальний елемент «Характеристика типологічних моделей культури» дозволяє різнобічно подати великий за обсягом навчальний матеріал у стислій формі. У навчальному елементі модуля подаються основи і критерії типологізації культури, дається класифікація моделей культури, характеризуються окремі культурні моделі (моделі О. Шпенглера, А. Тойнбі, П. Сорокіна, К. Ясперса),

додається необхідний довідковий матеріал, контрольні питання, питання для самоперевірки, плани рефератів і творчих завдань тощо.

Кредитно-модульна система дозволяє послідовно і цілеспрямовано застосовувати індивідуальний підхід до студентів під час вивчення культурології. Так, опрацьовуючи розділ «Специфіка художніх стилів та напрямів у мистецтві», студенти за власними уподобаннями можуть обирати для поглибленого вивчення чи підготовки творчого завдання такий жанр мистецтва, а в ньому такі мистецькі здобутки, які найбільше відповідають їхнім зацікавленням, уподобанням та художнім смакам, що дозволяє ґрунтовніше осмислити і зрозуміти суть і мету художньої творчості, відчутти специфіку художньої картини світу, виявити значення соціокультурних смислів різних видів художньої творчості, зіставити художньо-мистецьке і наукове пізнання, побачити специфіку окремих художніх напрямків і шкіл, їх неповторність і самобутність, порівняти розуміння та інтерпретацію художніх творів у різних історичних епохах, виявити значення взаємодії і синтезу мистецтв.

Завдяки Кредитно-модульній системі можна урізноманітнити навчальний процес за рахунок збільшення обсягу самостійної роботи студентів, що теж є особливо цінним і необхідним при вивченні культурології. Для повноцінного засвоєння навчального матеріалу студенти мають змогу широко користуватися інформацією суміжних дисциплін (філософії, історії України, релігієзнавства, соціології), ознайомитися з творами живопису, скульптури, архітектури, музики, відвідувати виставки, музеї, концерти, користуватися аудіо- та відеозаписами, використовувати інші форми культурного розвитку. Така різнобічність і системність самостійної роботи студентів над навчальним матеріалом містить у собі «...потужний резерв істотного підвищення якості і ефективності навчального процесу» [5].

У результаті вивчення курсу «Культурологія» в рамках кредитно-модульної системи студенти оволодівають певним обсягом знань за програмою навчальної дисципліни та вчаться виокремлювати теоретичні, прикладні, ціннісні аспекти культурологічного знання, можуть застосовувати їх у професійній діяльності.

Водночас, кредитно-модульна система стикається з низкою проблем, основною з яких є невідповідність процесу навчання за сучасними освітніми технологіями наявній базі навчальних посібників і усталеній практиці викладання гуманітарних дисциплін, яка не відповідає принципам реформування освітнього процесу згідно з вимогами Болонської конвенції.

Традиційні посібники є переважно монологічними за характером і структурою, не стимулюють студентів до творчої активності і самостійного пошуку. На нашу думку, акцент у сучасному підручнику необхідно робити не на розвиткові самої дисципліни «Культурологія», а на зміні глобальних парадигм бачення культури. Зміна ж парадигми — це щось більше ніж перегляд теорій і концепцій, які висувалися тими або іншими авторами. Зміна парадигм — це зміна ставлення до об'єкта вивчення, яке передає зміну дослідницьких методів, цілей дослідження, кута зору на предмет дослідження дисципліни.

Сучасний навчальний посібник з культурології повинен вчити не знанням, а мисленню, розвивати здібності. Він покликаний допомогти студенту увійти і пірнути в реальність культурологічної роботи і озброїти його засобами для орієнтації і діяльності в цій реальності, виробити культурологічне мислення, з'ясувати логіку культурної комунікації.

Тому нова модель освіти і можливості технічного забезпечення навчального процесу вимагають принципово інших навчальних посібників і методичних розробок. Сучасним і продуктивним є шлях створення мультимедійних навчальних комплексів, над чим сьогодні працюють викладачі нашої кафедри соціально-гуманітарних дисциплін Львівського інституту економіки і туризму.

Електронно-навчальний посібник з курсу «Культурологія», робота над яким ведеться в даний час, націлений на формування в студентів цілісного уявлення про різні культурно-історичні епохи і виявлення логіки та взаємопов'язаності історико-культурних процесів. Виходячи з цього, в основу викладання курсу «Культурологія» в ЛПЕТ покладено такі методологічні завдання, які забезпечують системний підхід до кожної теми:

- розгляд явищ і форм культури в їх взаємозв'язку та зумовленості історією;
- виявлення єдності різних сфер (етика, естетика, наука, релігія) культурологічної цілісності;
- дослідження культурних впливів та інших форм міжкультурних взаємодій у синхронному і діахронному зрізах культури;
- врахування методів історичної антропології та аналіз світоглядних установок різних епох, колективної психології, національної та історичної ментальності.

Мультимедійний навчально-методичний комплекс, виходячи з цього, матиме таку організацію навчального матеріалу:

- структурованість навчального матеріалу, його виклад в доступній формі;
- врахування міждисциплінарних зв'язків культурології зі спорідненими науками (філософією, історією України, соціологією, релігієзнавством);
- забезпечення активного використання дидактичного матеріалу, який супроводжується докладними культурологічними, історичними, мистецтвознавчими та іншими документами;
- забезпечення наявності хрестоматійного матеріалу, що дасть змогу студентам ознайомитися з творами культурно-мистецької спадщини, які репрезентують різні культури світу.

Запропонована методика вивчення курсу «Культурологія» забезпечує формування у студентів комплексного цілісного уявлення про культурно-історичний процес, що становить невід'ємну частину життя суспільства.

Засвоєння студентами навчальної дисципліни «Культурологія» є успішним і ефективним саме в рамках кредитно-модульної системи, яка дозволяє реалізувати мету і завдання даного курсу, дозволяє істотно поглибити зміст культурологічного матеріалу, позитивно впливає на формування практичних умінь і навичок студентів.

### Література

1. Андрущенко В. Модернізація педагогічної освіти України в контексті Болонського процесу. // Вища освіта України. — 2004. — № 1. — С. 5–9.
2. Болонський процес у фактах і документах / Упорядники: Степко М., Болюбаш Я., Шинкарук В. та ін. — Тернопіль, 2003. — 52 с.
3. Болюбаш Я. Організація навчального процесу у вищих закладах освіти. — К., 1997. — 64 с.
4. Власко М., Устименко О. Про переваги модульно-рейтингової технології навчання // Професійна освіта. — 2000. — № 4. — С. 98–106.
5. Журавський В., Згуровський М. Болонський процес: головні принципи входження в Європейський простір вищої освіти. — К., 2003. — 200 с.
6. Красовський Т. Підвищення ефективності вищої освіти і науки як дієвого чинника суспільного розвитку та інтеграції в європейське співтовариство // Освіта — 2004. — № 5. — С. 35–41.



## ТУРИСТИЧНЕ ГОСПОДАРСТВО ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*У статті досліджено туристичне господарство Івано-Франківської області, яке сьогодні інтенсивно розвивається. Окреслено моменти, які потрібно удосконалити для більш продуктивного функціонування туристичного господарства Івано-Франківської області.*

Туристичне господарство України загалом та Івано-Франківської області зокрема зараз надзвичайно інтенсивно розвивається. Це зумовлено передусім відповідними природними умовами, ресурсами та вигідним географічним розташуванням. Але є ще багато моментів, які потрібно удосконалити для більш продуктивного функціонування туристичного господарства Івано-Франківської області.

Івано-Франківськ, де діє найпотужніший у Західній Україні міжнародний аеропорт, де сходяться залізничні та автомобільні магістралі, справедливо вважається східними і північними воротами Карпат.

З Івано-Франківська можна за радіальними маршрутами відвідати всі найцікавіші об'єкти Прикарпаття і водночас, за бажанням, пожити кілька днів на будь-якій гірській турбазі чи у приватній садибі. В Івано-Франківську гостей чекають сучасні готелі, в яких одночасно розміститься понад 1100 осіб. Номери — на різні смаки і фінансові можливості: від 30 гривень за добу до майже 100 умовних одиниць. Після тривалих прогулянок містом можна відпочити в затишних міських кафе і барах. Їх сьогодні працює понад 250, з них 15 — високого ресторанного класу.

Любителям сакрального туризму неодмінно сподобається оновлена площа Шептицького. Тут привертає увагу одна з найдавніших споруд міста — ренесансний Парафіяльний костел, збудований у 1703 році, що був свого часу фамільною молитовнею й усипальницею графів Потоцьких. Тепер у ньому міститься Художній музей, де зосереджені цінні пам'ятки галицького іконопису й барокової культури, твори класиків західноукраїнського і центрально-європейського малярства. Ліворуч — нещодавно збудована до 2000-ліття християнства елегантна ротонда з фонтаном і фігурою Діви Марії. За нею — споруда колишнього єзуїтського костелу (1763 р.), нині це кафедральний собор Святого Воскресіння УГКЦ. За якихось дві сотні кроків розташована Вірменська церква (1762 р.). За радянського періоду в ній містився Музей релігії та атеїзму, тепер — Святопокровський собор Української автокефальної церкви. Туристи можуть не тільки оглянути ці унікальні споруди, але й взяти участь в Божественній Літургії та інших богослужіннях.

Окрім уже згаданого Художнього музею, гості і мешканці Івано-Франківська мають змогу відвідати Краєзнавчий музей, заснований у 1939 році на основі збірок Покутського музею і музею Гуцульщини в Жаб'є (Верховина). Нині у його фондах зберігається понад 105 тисяч експонатів. Цікаві експозиції представлені в Музеї визвольних змагань Прикарпатського краю, історико-меморіальному музеї Олекси Довбуша, музеї Дениса Січинського та інших [4].

Івано-Франківськ розташований у самому центрі області, тому звідси дуже зручно їхати у всі сторони. Спершу, звісно, приваблює південний яремчанський напрям. Взимку сюди, зокрема у Ворохту, Яблуницю, Поляницю (біля цього населеного пункту віднедавна почав діяти потужний відпочинковий комплекс «Буковель»), їдуть любителі гірськолижного спорту. Прихильники спокійнішого відпочинку зазвичай зупиняються у приватних садибах, аби серед тиші, мальовничої природи, екзотичного побуту і домашнього затишку відпочити від міста. Умови проживання — від люксовських до звичайних на Верховинщині і в Косівщині. Повертаючись до Івано-Франківська по

гуцульському кільцю, варто зупинитися в Коломиї, оглянути експонати музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття, єдиного в Україні музею писанки [1].

Не менш цікавий маршрут пролягає на північ від Івано-Франківська. За 30 кілометрів від обласного центру розташований древній Галич з його неповторними об'єктами минувшини — однією з найстаріших в Україні церквою Пантелеймона, Старостинським замком, залишками княжих будівель у Крилосі. Ще далі на північ знаходиться теж давнє, але реконструйоване місто Рогатин — батьківщина Насті Лісовської, більше знаної як Роксолана.

Третій, умовно кажучи, туристичний радіус спрямований на північний захід. За Калушем, по дорозі до Гошівського чоловічого монастиря, повернувши ліворуч, варто заїхати в Старий Угринів, де в 1909 році народився провідник ОУН Степан Бандера. Тут тепер відкрився сучасний музей його імені. Біля Бубнища, посеред букового лісу, височіє диво природи — скелі Довбуша. Це не лише винятковий туристичний об'єкт для всіх категорій відвідувачів, але й екстремальна Мекка для скелелазів. Якщо вже торкнулися теми відпочинку з підвищеним адреналіном, то його нескладно отримати, сплавляючись на катамаранах униз стрімкими гірськими річками [4].

Те ж саме, але по спокійнішій дністровській воді, можна зробити на плотах, скориставшись послугами Івано-Франківської фірми «Оле-тур».

Про все це, а також про конкретні умови проживання, харчування, виставки, маршрути, ціни можна довідатись у створеному Центрі туристичної інформації.

На Івано-Франківську область припадає 2,3 % (13,9 тис. км<sup>2</sup>) площі і 3,0 % (1,45 млн. осіб) населення України. Область поділена на 14 адміністративних районів, має два міста (Коломия і Калуш) з населенням понад 50 тис. осіб. В обласному центрі — м. Івано-Франківську — проживає 240 тис. осіб.

Івано-Франківська область простягається з північного заходу на південний схід уздовж орографічної осі Українських Карпат. Поряд із Закарпаттям це найвисокогірніша область України. Близько 43 % її території складають гірські масиви, наймальовничішими серед яких є: Чорногора, Горгани, Гриняви, Чивчини. Не менш строката область і в етнографічному аспекті. Вона складається з самотніх етнографічних районів Опілля, Бойківщини, Гуцульщини та Покуття, їх мешканці найповніше зберегли національний давньоукраїнський колорит з багатою матеріально-духовною культурою, а також низку самотніх відмінностей в обрядах, народній архітектурі, одязі, побуті, мистецьких ремеслах, що саме по собі привертає неабияку увагу туристів [2].

Івано-Франківщина має значні можливості розвитку туризму, зумовлені неповторними природними умовами, численними пам'ятками історії та культури, своєрідним етнічним складом населення. Туризм визнаний пріоритетною галуззю економіки області.

Івано-Франківськ є центром реалізації Програми Європейського Союзу з розвитку туризму в Карпатському регіоні, яка здійснюється за підтримки європейських фінансових інституцій. Місто має належний рівень розвитку транспортних терміналів (аеропорт, вокзал), сприятливу екологію, велику кількість пам'яток архітектури різних епох і стилів, заповідну історичну зону в місті, збережені культурні міри контексту європейського міста, потужні мистецькі осередки і мистецько-фестивальний імідж [3].

Мальовничі гірські хребти, хвойні та мішані ліси, географічне положення в центрі Європи створили тут цілющий мікроклімат, який разом з рослинними та мінеральними ресурсами здавна використовувався для лікування та реабілітації здоров'я людини.

Клімат області помірно континентально-вологий. Характерними для Карпат є нестійка весна, нежарке літо, тепла осінь і м'яка зима. Літо в горах коротке, триває від 1 до 2,5 місяців. Карпатська зима, як правило, м'яка і багатосніжна. Взимку у Карпатах прекрасні умови для занять гірськолижним спортом.

У цій зоні розташовані відомі курортні зони — Яремче, Моршин, Черче, Беркут, Верховина, Осмолода — з мінеральними водами типу «Боржомі», «Миргородська» та кліматичні курорти Ворохта, Татарів, Косів з розрідженим гірським повітрям, що разом з достатньою кількістю ультрафіолетових променів, підвищеним вмістом озону та насиченістю фітонцидами сприяють активному лікуванню органів дихання та серцево-судинної системи.

Прикарпаття — привабливий мальовничий край, здавна відомий пам'ятками природи, історії та культури серед туристів і відпочивальників. Карпатський національний природний парк та найвища вершина України — г. Говерла (2061 м), Манявський Скит — музей, скелі та печери Довбуша щороку відвідують сотні тисяч гостей з усіх кутків світу [1]. Природні умови сприятливі для активного туризму — одного із засобів лікувальної терапії та оздоровлення.

Вічнозелені Карпати — царство неповторних краєвидів, край, який називають перлиною української землі. Над дорогами, які ведуть мандрівників Карпатськими горами, шумлять праліси. Мальовничі краєвиди змінюються, як у калейдоскопі. Обабіч доріг — красиві села і завжди гостинні люди. Неповторна природа, пам'ятки історії та культури, своєрідні риси в культурі і побуті горян завжди приваблюють у Карпати туристів. Ці гори однаково красиві, як літом, так і зимою. У літню пору року туристів приваблює піший туризм по визначених маршрутах, велосипедний, кінний туризм, відвідання природних парків, спуск по річках, сходження на вершини Карпат. Екскурсійно-туристичні маршрути охоплюють понад 2/3 природних та історико-культурних атракцій області. У холодну пору року відпочинок відбувається в гірських курортах (Яремче, Татарів, Яблуниця).

Завдяки мальовничій ландшафтно-етнографічній строкатості, Івано-Франківщина має сформований імідж одного з найпопулярніших туристичних регіонів України. Туристичному руху в області притаманні свої специфічні риси: масовість, активність, молодіжність, помірна цінова політика туристичного обслуговування. Ці риси вигідно вирізняють Івано-Франківщину на туристичному ринку Карпатського регіону [2].

Івано-Франківська область має пряме залізничне сполучення з Центральним та Східним регіонами України, що забезпечує домінування в структурі туристичних потоків внутрішніх туристів. Частка іноземних туристів складає 8–9 %, головним чином через недостатню розрекламованість області на ринку міжнародного туризму [1].

Основними транзитно-туристичними шляхами області є дві автомагістралі регіонального значення: Р-03 і Р-04. Траса Р-04 пролягає Прикарпаттям паралельно орографічній осі Карпат і зв'язує м. Івано-Франківськ і найбільші промислово-адміністративні центри області зі Львовом та Чернівцями.

Натомість Р-03 — це головна транскарпатська автомагістраль південно-східної половини Карпатського регіону держави. Через Яблунецький перевал магістраль зв'язує Івано-Франківськ з Румунією, Угорщиною і Словаччиною; крім того, ця магістраль сполучає між собою найпопулярніші гірські курорти обох макросхилів Карпатської дуги: Яремче, Татарів, Яблуниця (Івано-Франківщина), Ясіня, Кваси, Рахів (Закарпаття). З кінця 1990-х років обидві автомагістралі перетворюються у потужні транзитно-туристичні коридори з розгалуженою інфраструктурою приватних мотелів, кемпінгів, ресторанів, сервіс-центрів, що здійснюють обслуговування транзитно-туристичних потоків на рівні європейських стандартів.

Дорожно-транспортна інфраструктура внутрішньообласного значення також достатньо розвинута. Щільність автомобільних доріг становить в середньому в області 0,53 км/км<sup>2</sup>, причому в передгірній половині області щільність автошляхів у 2,2 раза більша порівняно з гірськими районами. Мережа доріг дає змогу охопити кільцевими

екскурсійно-туристичними маршрутами понад 2/3 природних та історико-культурних атракцій області.

Негативним моментом є слабка комунікаційна доступність до районів Івано-Франківщини. Зокрема, найважливішим є вкладення коштів у створення на території нових піших, велосипедних, лижних шляхів. Вимагає поліпшення інфраструктура для пішого туризму, недостатнє ознакування та відсутність притулків на основних трасах, незадовільне інформаційно-картографічне забезпечення базових маршрутів є перешкодою подальшої популяризації активного туризму в досліджуваному регіоні [4]. До стимуляторів розвитку туризму у цьому регіоні потрібно віднести, перш за все, вигідне транспортне положення, що зумовлює значні можливості використання транзитного туристичного руху.

#### Література

1. Методические рекомендации для экскурсоводов, организаторов туризма, инструкторов природоохранной работы / Отв. ред. С. М. Стойко. — Львов–Ивано-Франковск, 1990. — 112 с.
2. Щур Ю. В., Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм. Навчальний посібник. — К.: Альтерпрес, 2003. — 232 с.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. — К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2003. — 395 с.
4. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. — Львів: Наука, 1997. — 259 с.

УДК 008.(075.8)

Бегей О. І.

## ВІЗАНТІЙСЬКА ТРАДИЦІЯ В УКРАЇНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ: НА МАТЕРІАЛАХ НАУКОВОЇ СПАДЩИНИ І. ОГІЄНКА (МИТРОПОЛИТА ІЛАРІОНА)

*Досліджено погляди відомого вченого, громадського та церковного діяча І. Огієнка (митрополита Іларіона) щодо візантійської духовної традиції і її впливу на українську культуру. Аналізуються основні риси візантизму в трактуванні вченого в їх проекції на національну ментальність. Показано, що в Огієнковій концепції візантизм є одним з найважливіших складових української духовності.*

Розвиток української держави ставить перед історичною наукою завдання переосмислення та творчого застосування в практиці сучасного церковного життя, процесі творення української культури теоретичних релігієзнавчих розробок діячів і теоретиків вітчизняної культури, діяльність і творчість яких раніше фальсифікувалась чи взагалі була вилучена з наукового та суспільного обігу України. Одним із виявів інтересу до історичного минулого України стала низка досліджень, присвячених постаті І. Огієнка (митрополита Іларіона), його громадсько-політичній, науковій, релігійній діяльності. Серед українських огієнкознавців особливо вирізняються ґрунтовні праці з дослідження різних аспектів творчої спадщини вченого-богослова М. Тимошика, А. Колодного, В. Ляхощького, З. Тіменика, К. Недзельського, І. Тюрменко, А. Марушкевич, Л. Филипович. І тим не менше, у царині огієнкознавства залишається ще низка наукових проблем, які потребують вивчення й аналізу. Зокрема, недостатньо дослідженою залишилась одна з ключових для цього визначного мислителя тем, яка посідає помітне місце у його науковій творчості — значення візантійської духовної спадщини для України.

У своїх численних наукових працях вчений послідовно й аргументовано доводив значний вплив на формування української духовної культури традицій культури Візантії. Візантійську культуру богослов розглядав як визначне, неповторне явище в історії людства, що є абсолютно відмінним від культури католицького Заходу. Візантійську ментальність він, вслід за Єфремом Сирійцем, характеризував як «дух повномудрості, смиренномудрія, терпіння та любові». «Сходу властива благоговійна повага до божественної таїни, схильність до «метафізичних роздумувань», споглядальність. Заходу — життєвий активізм, бажання раціональним шляхом досягнути таємниці божества» [6:77]. Якщо для прагматичного Заходу християнство стало своєрідною програмою створення нового суспільного устрою, то активність Сходу виявляла себе радше у метафізичній сфері, зокрема, у заклик до боротьби зі світовим злом. Саме на Сході, нагадував Іларіон, значно поширився інститут чернецтва. Іноки, які віддалилися від гріховного світу, не скорились злу. Вони, за образним висловом «руського Златоуста» Кирила Туровського, стали справжніми воїнами Христовими, готовими вести уперту та невпинну боротьбу зі злом і гріхом. Саме аскетизмом, подвижництвом, чернечими подвигами прославило себе східне християнство — і візантійське, і слов'янське, вважав митрополит [6:209–219].

Ментально-психологічні відмінності «двох різних натур народів: світу Сходу і світу Заходу», на думку Іларіона, виявилися і в канонічних та обрядових відмінностях двох християнських церков — східної та західної. Вчений відзначав тенденцію до уніфікації обрядової сфери, притаманну західному християнству. На його думку, це нівелює ті традиційні для кожного народу форми виразу релігійної свідомості, без яких неможливо зберегти живий дух віри. Особливо великого значення І. Огієнко надавав різниці у церковній організації православ'я та католицизму. «Візантійську модель» він

дещо ідеалізував, стверджуючи, що православна віра «несла національне самовизнання всім народам, до яких вона приходила» [3:14].

Найважливішою рисою візантійської культури, вважав учений, був її релігійний характер. Візантію він порівнював з величавим храмом, що охоплював усе життя її підданих.

На думку митрополита, наші предки були носіями східної ментальності, тому князь Володимир вчинив правильно, запровадивши християнство з Візантії, а не з Риму. «Католицтво — це була б зовсім чужа, інша кольорова латка на культурному вбранні України, — цілком східної візантійської і своїм духом, і своєю вдачею, і своєю культурою» [3:92]. Західна культура, що виросла на католицькій основі, була чужою для східних слов'ян, «цілком би вбила нашого слов'янського духа».

Порівнюючи східні та західні духовні впливи в історії України, Іларіон підкреслював, що впливи Заходу були відчутними пізніше в українській духовній культурі, однак засвоювались вони в основному елітою, мало поширюючись серед народу, оскільки не відповідали національному духові.

Оскільки «сродна» нам духом своїм була культура східна, а не західна», візантійська культура, зазначав митрополит, легко сприймалася нашими предками: «Православна Віра скоро стала в Україні Вірою глибоко народною, своєю, бо вона відповідала нашому східному духові» [5:45]. Візантійським впливом він пояснював і притаманну українцям відданість християнській вірі: Православ'я, за твердженням митрополита, створило «твердого русина», який... найменше відступлення від Православ'я вважав за зраду народів». Дослідник підкреслював, що «православні» стало синонімом поняття «українці», котрі захищали його навіть перед загрозою смерті.

В Україні ідеї візантійської культури, наголошував І. Огієнко, потрапили на сприятливий ґрунт та отримали значне поширення. Приймаючи християнство східного, грецького зразка, доводив він, Україна разом з ним прийняла і візантизм — відповідну культурну парадигму. Через візантійське посередництво християнське вчення прийшло до слов'ян разом із писемністю, богослужінням, біблійними та іншими священними текстами, календарем, літочисленням, моделями чернецтва, кодексом моралі й церковного права, архітектурним і мистецькими стилями, соціально-політичною ідеологією та церковною ієрархією — основами, на яких почало розвиватися християнство Київської Русі. Разом з тим, зауважують вчені, через обмежений текстовий репертуар церковнослов'янської мови наші предки не змогли запозичити велику частину грецького патристичного богослів'я, античної та середньовічної літератури та латиномовної патристики [2:312]. Огієнко ж дотримувався думки, що українська культура засвоїла античну спадщину достатньою мірою. Головною ж причиною відставання української культури від західноєвропейської він вважав політику національно-релігійної асиміляції, «полонізації за посередництвом Католицизму», яку проводила Річ Посполита на загарбаних українських землях і виявом якої, на його думку, стало запровадження церковної унії 1596 року.

Митрополит Іларіон безперечно був знайомий із численними негативними оцінками візантизму, які вважав помилковими, результатом конфесійної упередженості або небажання глибше пізнати візантійську культуру. Богослов наголошував на необхідності кращого пізнання візантійської культури, визнання її великої ролі в українській духовній культурі, вказуючи, що тим «ми нічим не понижуємо своєї культури. Вказуючи, що вона зродилася на візантійській основі, ми лише вказуємо на її найбільше благородне джерело — «відмовлятися... українцям від візантійського чи грецького, — це творити над собою самогубство, це проголошувати себе безбатченками, понижувати себе» [4;С.11].

Візантизм, підкреслював митрополит Іларіон, є стрижнем української духовності, і доки українець сприймає візантизм як свою стародавню основу — він залишається українцем, «а українець без нього — сильно надщерблений» [3:66]. Слід згадати, що саме візантизм митрополит вважав і основою, на якій можливе зближення українців-православних і українців-католиків. Саме тому Іларіон різко критикував будь-які спроби латинізації традиційного обряду, до чого закликали деякі діячі УГКЦ, вбачаючи в них небезпеку втрати національної ідентичності. У зв'язку з цим він позитивно оцінював позицію предстоятеля УГКЦ Андрея Шептицького, який закликав повернутись до східної традиції, сприяв відновленню східного чернецтва, східного богослов'я, літургічної практики давньої Київської Церкви.

Не оминув своєю увагою митрополит і такий важливий факт, як пристосування візантійських впливів до місцевих обставин. «Грецький вплив... не був нам чужий, бо все запозичене єдналося в нас із своїм і перетворювалося в своє національне» [5:46]. Так, підкреслював учений, церковні устами Володимира Великого та Ярослава Мудрого не були невідповідними перекладами грецького Номоканону — це свої переробки його, пристосовані до місцевих обставин. Ці умови встановили десятину для церкви, дали митрополиту широку судову компетенцію, визначили церковні покарання. «Кари встановлені лагідні й людські, а не такі нелюдсько суворі, як то бачимо в грецьких номоканонах» [7:83]. Наприклад, у прийнятому з Візантії церковному Номоканоні допускалася смертна кара, що було несприйнятним для української духовної традиції, і тому її невдовзі замінили грошовим покаранням.

Завдяки толерантності до традиційної культури населення Київської Русі візантійський вплив з часом охопив усі стани. Дослідник цілком погоджувався з поглядом В. Ключевського, який зауважував, що хоча візантійський вплив не охоплював усієї людини, не позбавляв її своїх національних ознак, зате він охоплював усе населення, з однаковою силою проникав в усі його стани й надавав народові духовної цілісності.

Огієнко зауважував, що вплив Візантії виявляв себе не лише у релігійній сфері — він позначився і на сфері політичній. На його думку, наслідуючи монархічні традиції Візантії, українці змогли створити могутню Київську державу. Проте, сприйнявши з Візантії ідеї монархізму, наші предки не сприйняли ідеї підпорядкування Церкви світській владі, що було характерне для неї. Вчений особливо підкреслював той факт, що, засвоюючи з Візантії практику церковного життя, українське християнство не сприйняло візантійський характер взаємовідносин між Церквою та державою, традицію домінування світської влади над духовною. Зберігаючи свою незалежність від «сильних світу цього», Українська Церква змогла більш послідовно здійснювати свою місію духовного проводиря і наставника.

Погоджуючись із багатьма спостереженнями І. Огієнка, слід зазначити, що вчений переоцінював роль Візантії у формуванні української культури. Такої ж думки дотримується багатолітній співробітник Іларіона на ниві відродження Української православної церкви в Канаді та однодумець у багатьох його поглядах на українську духовність С. Ярмусь, який вважає, що в нас «існувала психологічна та духовна орієнтація українців на Візантію, при збереженні непорушності своїх власних традицій та переконань». Він також вважає, що наші предки критично ставилися до візантійської духовності, «а в дечому навіть відкидали її, наприклад, візантійську пишність, гордість та жорстокість» [9:155]. Намагання греків викорінити з життя нашого народу давні духовні традиції не були успішними, український народ відстояв їх.

Серед деяких негативних аспектів, пов'язаних з впливами Візантії, які не відзначив митрополит Іларіон, було, наприклад, упереджене ставлення до західного християнства та західної культури, що, на думку одного з його опонентів М. Чубатого, унеможлилюва-

ло після падіння Візантії налагодження зв'язків із Заходом для того, щоб звідти «черпати далі соки для нашої духовної сили» [8:11]. У цьому ж напрямку критикував вплив Візантії на Українську церкву М. Грушевський, маючи на увазі проповідь грецьким духовенством конфесійної виключності та взагалі «духовне відчуження Русі від Заходу». Однак, продовжував М. Грушевський, український народ не сприймав «цієї проповіді виключності», що, на його думку, пояснюється широкими культурними зв'язками з різноманітними релігійними течіями, як східними, так і західними [1:30].

Отже, вплив візантійської культури на вітчизняну духовну традицію І. Огієнко пов'язує з поняттям візантизму, під яким він розуміє глибоку релігійність, вірність православ'ю, дух смиренномудрія, прагнення до моральної досконалості і готовність до подвигу аскези і чернечого подвижництва. За його переконанням, ці риси візантійської культури знайшли відгук у душі українського народу завдяки спільності їхніх духовних рис і глибоко вкорінились у релігійно-церковній традиції вітчизняної культури. Творче засвоєння русичами візантійських впливів сприяло формуванню власної самобутньої форми релігійності, виробленню церковної обрядовості, яка і відобразила дух української культури.

### Література

1. *Грушевський М. С.* З історії релігійної думки на Україні // *Духовна Україна* (Збірка творів). — К.: Либідь, 1994. — 560 с.
2. *Гудзяк Б.* Криза і реформа: Київська митрополія, Царгородський патріархат і генеза Берестейської унії. — Львів: Інститут Історії Церкви Львівської Богословської Академії, 2000. — XVI+426 с.
3. Іларіон митр. Візантія й Україна. До праджерел української православної віри й культури. — Вінніпег: Укр. Наук. Правосл. Т-во, 1954. — 95 с.
4. Іларіон митр. Всесвітня трагедія. 500-ліття упадку Візантії // *Наша Культура*. — 1953. — Ч. 10–11 (187–188). — С. 5–16.
5. Іларіон митр. Книга нашого буття на чужині. Бережімо все своє рідне!: Ідеологічно-історичні нариси. — Вінніпег: Укр. Наук. Богосл. Т-во, 1956. — 167 с.
6. Іларіон митр. Поділ Єдиної Христової Церкви і перші спроби поєднання її: Іст.-каноніч. монографія. — Вінніпег: Видання Укр. Греко-Правосл. Церкви в Канаді, 1952. — 384 с.
7. *Огієнко І.* Українська Церква: Нариси з історії Української Православної Церкви. У 2-х тт. Т. 1–2. — К.: Україна, 1993. — 284 с.
8. *Чубатий М.* 950 літ християнства в Україні. — Львів, 1938. — 16 с.
9. *Ярмусь С.* Духовність українського народу: Короткий орієнтаційний нарис. / Передм. Ю. Мулик-Луцка. — Вінніпег: Накл. Т-ва «Волинь», 1983. — 227 с.



УДК 908(477)

Стеценко А. В.

**СТОРІНКАМИ ІСТОРИЧНОГО КРАЄЗНАВСТВА ГАЛИЧИНИ.**

*Упродовж 1860–1880 рр. у Галичині відбувся процес переходу від неорганізованого краєзнавчого руху до нових організаційних форм об'єднання аматорів місцевих старожитностей. Одну з провідних ролей у цих процесах відіграло добровільне громадське об'єднання аматорів місцевої історії, що виникло у Львові 1876 р. під назвою Крайового археологічного товариства, про створення та завдання якого йтиме мова в даній статті.*

На початку 1860-х рр. польське краєзнавче середовище у Львові було представлене порівняно нечисельною групою аматорів, які гуртувалися довкола кількох пресових видань. Жодної організаційної структури, що могла б слугувати об'єднувачим центром краєзнавчого руху, у місті ще не існувало. Однак у місті були наявні об'єктивні передумови виникнення краєзнавчого осередку. Головними серед таких причин були: достатній науково-освітній потенціал (архівні збірки, бібліотеки, наукові заклади, численні пресові видання тощо), значна кількість осіб вільних професій з вищою освітою, об'єктивний процес зростання національної свідомості польських мешканців міста.

На думку визнаної дослідниці львівської історіографії Люції Харевічевої у кінці 50 — на початку 60-х рр. XIX ст. осередя наукового середовища львівських краєзнавців творили Феліціян Лобеський, Францішек Валігурський, Люціян Татомір, Владислав Завадський, Людвік Зелінський, Кароль Млодніцький, Станіслав Кунасевиц, Кароль Відман та Антоні Шнайдер [4:45] Жоден серед згаданих осіб не був фаховим істориком, краєзнавчі зацікавлення більшості стали наслідком їх журналістської діяльності. За словами Л. Харевічевої «серед грона перших працівників на ниві вивчення минулого Львова, опинилися переважно люди, перо яких було скероване не фаховим науковим вмінням, а насамперед захопленням містом, з яким їх поєднала доля. Їх історичні твори є лише частиною загальної творчості, яка найчастіше включала й інші сфери гуманітарної науки» [4:71].

Варто зауважити, що у зазначений період лише відбувалося формування критеріїв «національної історії», «національних пам'яток» та усвідомлення їх функцій у процесах культурного розвитку окремих народів. На думку сучасної львівської дослідниці Галини Яремич, у цей час «визнання своєї історії, усвідомлення спадкоємності минулого, втіленого у пам'ятках, стали одними із головних засад формування національної самосвідомості. Виникає потреба відповідальності за збереження та охорону пам'яток, їх вивчення та відновлення складаються підвалини для їх обліку й інвентаризації, колекціонування й музейництва. Виникають гуртки й товариства шанувальників минулого» [3:18].

Важливою подією у розвитку польського краєзнавчого руху в Галичині стало створення у середині 70-х років XIX ст. Крайового археологічного товариства. Слід зауважити, що тогочасна археологічна наука охоплювала не лише власне археологію в сучасному розумінні, але й антропологію, історію культури та подекуди й інші галузі історичних досліджень. Характерним прикладом такого розуміння меж археологічних досліджень стало внесення до статуту товариства переліку дисциплін вивченням та популяризацією яких хотіли займатися його члени. Серед того, чим збиралися займатися члени товариства, значилися: доісторична археологія і антропологія, християнська археологія, нумізматики, палеографія, геральдика, дипломатика, сфрагістика, історія мистецтва [13:10]. Реалізуючи закладені в статуті наміри, члени товариства на засіданнях 13 серпня 1877 р. і 10 листопада 1877 р. сформували вісім спеціалізованих секцій. До перелічених у статуті дисциплін додалися генеалогія, яка увійшла в одну профільну секцію з геральдикою і сфрагістикою, та археологічна бібліографія, що творила окрему

одиницю у структурі товариства. Назви інших секцій відповідали найменуванням профільних дисциплін, визначених статутом. Кожну секцію очолювали окремі голова, заступник і секретар [2]. Метою секцій було вивчення профільних проблем через проведення їх обговорень, організацію спеціальних доповідей тощо. Водночас, кожна секція розглядала статті, подані до друку в «Археологічному огляді», що відповідали її галузі історичного знання [4].

Таким чином, пропри задеклароване у назві «археологічне» спрямування, насправді Крайове археологічне товариство у Львові мало виразні риси краєзнавчого об'єднання.

Ініціатором заснування цього товариства став польський історик, краєзнавець і колекціонер Станіслав Крижановський. Першими членами Крайового археологічного товариства стали 27 осіб [9:29]. Складений групою засновників статут товариства було вислано до Галицького намісництва, яке 31 грудня 1875 р. його затвердило [1]. Метою своєї діяльності Крайове археологічне товариство задекларувало пошуки, дослідження, створення умов для збереження пам'яток Галичини, організацію досліджень та доповідей, видання періодичного органу. Організація мала існувати за рахунок сплати членських внесків, а також прибутків, які очікувалися від продажу публікацій товариства, пожертв тощо [13:8].

Керівництво організацією мали здійснювати Відділ і Загальні збори. Загальні збори товариства формували Відділ, до якого обирали дев'ять членів і трьох заступників. Члени Відділу обирали поміж себе президента, підскарбія, секретаря і їх заступників. До обов'язків Відділу входило представництво товариства перед владними інституціями, вирішення адміністративних справ, управління фінансами [13:9].

Уже 12 лютого 1876 р. Загальні збори товариства обрали його перший Відділ у складі відомого польського дослідника давнини Станіслава Крижановського (президент), професора німецької мови та літератури Львівського університету Єугеніуша Яноти (заступник президента), радника Вищого крайового суду Адольфа Прессена (консерватор збірок товариства), члена Археологічної комісії Академії наук у Кракові Антонія Шнайдера (бібліотекар товариства), книгаря Владислава Завадського (підскарбій товариства), директора Галицької крайової табулі Людвіка Равіча Роека (заступник підскарбія), секретаря магістрату Львова Кароля Відмана (секретар товариства), інженера залізниці імені Кароля Людвіка у Львові Юліана Колачковського (заступник секретаря) та професора австрійської історії Львівського університету Ісидора Шараневича. Заступниками членів Відділу стали професор Технічної академії у Львові Кароль Машковський, посол на Галицький крайовий сейм Валеріан Подлевський та скриптор бібліотеки університету у Львові Тадеуш Войцехівський [2].

Найбільшою активністю серед членів першого відділу товариства відзначався А. Шнайдер, який мешкав у Львові від 1858 р. Після створення Крайового археологічного товариства він став редактором його періодичного органу. На сторінках цього видання він вступив у полеміку з критиками діяльності львівських краєзнавців та археологів, виступав із програмними заявами щодо методології проведення археологічних досліджень [11:16–22]. Головною працею А. Шнайдера стало складання карти археологічних знахідок у Галичині та збір матеріалів до краєзнавчого словника Галичини з назвами кількох тисяч місцевостей [10:16–17].

Функціонування Крайового археологічного товариства із самого початку його діяльності зустрічалось зі значними матеріальними труднощами. Членські внески та пожертвування на користь товариства за 1876–1878 рр. склали 1804,55 золотих римських [2]. Видання «Археологічного огляду» не приносило очікуваних прибутків, а місцева влада не виділяла товариству жодних субвенцій. Таким чином склалася ситуація, коли товариство не мало змоги утримувати окреме приміщення для зібрань, а також для

розміщення бібліотеки та музею. У 1877 р. товариство отримало від керівництва Технічної академії у Львові дозвіл на використання приміщення академії для розміщення збірок товариства та зал для проведення засідань і лекцій [2]. Постійне приміщення позитивно вплинуло на подальший розвиток товариства. Водночас відбувся вже згаданий вище поділ установи товариства на профільні секції. Наслідком покращання матеріального забезпечення товариства стало зростання кількості його активних членів.

Найбільшою секцією товариства стала секція мистецтв, яка налічувала 28 членів. Її очолив історик Антоній Петрушевич [2]. На першому засіданні цієї секції 9 листопада 1877 р. першочерговим завданням було визначено здійснення опису мистецьких пам'яток Львова [2].

У секції християнської археології було 39 членів. Її головою став Ян Жуковський. Вже на першому засіданні 2 листопада 1877 р., її члени запланували масштабний проект укладення археологічних карт галицьких дієцезій та бібліографії християнської археології [2].

Секція доісторичної археології і антропології налічувала 16 членів. Початково її очолив консерватор Галичини М. Потоцький (до 31 січня 1878 р.). Члени секції займалися збором інформації про виявлені на території Галичини пам'ятки дохристиянських часів, проводили дискусії з проблем доісторичної археології та антропології. До складу секції нумізматики увійшло 8 осіб. Секцію очолив радником Вищого крайового суду Адольф Прессен. Спільно із членами секції мистецтв нумізмати працювали над упорядкуванням нумізматичної колекції Промислового музею Львова. Секція геральдики, генеалогії і сфрагістики налічувала 53 члени. Її головою став президент товариства С. Крижанівський. Секція займалася дослідженням генеалогії окремих шляхетських родів, обговоренням та складанням списків нових видань з генеалогії та геральдики, збирала тематичний матеріал у львівських архівах. Три секції товариства було створено тільки формально, й активної діяльності вони не проводили. Серед них секції дипломатки, палеографії та археологічної бібліографії. Остання секція хоча й налічувала 30 членів, а її очолював президент товариства Станіслав Крижанівський, реальної роботи також не проводила [2].

Навесні 1876 р. товариство почало видавати власний журнал — «Археологічний огляд. Часопис присвячений археології».

Ще одним масштабним проектом, започаткованим виданням, у 1876 р. стала публікація бібліографії польської археології, складена С. Крижановським. Запропонована «Археологічним оглядом» бібліографія стала однією з перших спроб систематизації профільних видань.

У 1877–1878 рр. члени товариства постійно були змушені вирішувати складні фінансові та матеріальні проблеми своєї інституції. Через відсутність державного фінансування товариство поволі занепадає. Невдовзі воно обмежило всю свою діяльність до каталогування інформації про виявлені в попередні роки пам'ятки старовини у Галичині. Ще однією причиною занепаду стала втрата товариством своїх найактивніших членів. Голова товариства С. Крижанівський виїхав зі Львова до Варшави, де невдовзі помер [2]. Припинив контакти із товариством Садок Баронч, який мешкав у с. Підкамінь [2], помер Мечислав Потоцький, покінчив з життям Антоній Шнайдер [6:154]. Певний час діяльність товариства намагалися відродити Ісидор Шараневич та Кароль Відман, однак безрезультатно [6:155]. Загалом із весни 1878 р. до осені 1881 р. Крайове археологічне товариство формально продовжувало існувати, однак активної наукової діяльності не проводило [12:108].

Свою діяльність товариство відновило лише з обранням його головою нового урядового консерватора пам'яток Східної Галичини Войцеха Дідушицького. 2 жовтня

1881 р. на Загальних зборах товариства обрано новий склад Відділу, до якого увійшли: Войцех Дідушицький (президент товариства), історик-краєзнавець Антоній Петрушевич (заступник президента), секретр Магістрату Львова Кароль Відман (секретар товариства), інженер колії імені Кароля Людвіка Юліан Колачковський (заступник секретаря), директор Галицької крайової табулі Людвік Роек (скарбник товариства), кустош бібліотеки Львівського університету Едмунд Бужинський (заступник скарбника), радник Вищого крайового суду Адольф Прессен, історик-краєзнавець Александр Семкович, сеньйор Ставропігійського інституту у Львові Ісидор Шараневич, архітектор Юліан Захарієвич, Ян Мікушевський, Януарій Пузняк [2].

Зі зміною керівництва товариство змінило й пріоритети своєї діяльності. Провідними напрямками краєзнавчих студій стали історія мистецтва, охорона пам'яток давнини та публікація джерел. Археологія стала другорядною у дослідженнях товариства.

У жовтні 1881 р. відбулася реорганізація «Археологічного огляду». Видання значно розширило тематику своїх публікацій, на сторінках часопису з'явилися публікації джерельних матеріалів, значно зросло число краєзнавчих публікацій в галузі історії окремих пам'яток.

Видання публікувало огляди краєзнавчих публікацій та поділену за тематичними напрямками (археологія, історія, географія і топографія, нумізматика, геральдика і дипломатика, давня література, вимова й поезія, етнографія та антропологія, право і політика, історія науки тощо) бібліографічну хроніку [7:115–120].

Успішна діяльність товариства повсякчасно привертала до себе увагу урядовців-консерваторів. І у травні 1888 р. на спільному з'їзді консерваторів Західної та Східної Галичини була висловлена ідея про доцільність створення окремої краєзнавчо-пам'ятко-охоронної інституції, котра своєю діяльністю обіймала територію виключно Східної Галичини. А вже у листопаді 1889 р. відбулося перше самостійне зібрання такої організації, що прийняла назву Коло Консерваторів Давніх Пам'яток Східної Галичини. На цьому зібранні було обрано керівний склад об'єднання: Владислав Лозинський (голова), Тадеуш Войцеховський (заступник голови), Олександр Чоловський (секретар), Войцех Кентжинський, Ксаверій Ліске, Антоній Петрушевич, Ісидор Шараневич [8:148–149].

Згідно із урядовими вимогами Крайові Грона Консерваторські мали складатися із «фахових знавців передісторичних, історичних та архівних пам'яток, осіб заслужених в сфері опіки над старожитностями... з умовою представлення обох національностей» [5:35].

Ця подія поклала початок якісним та кількісним змінам у середовищі львівських краєзнавців. Краєзнавчий рух набрав нового виміру, нових організаційних форм.

Таким чином, упродовж 1860–1880 рр. у Галичині відбувся процес переходу від неорганізованого краєзнавчого руху до нових організаційних форм об'єднання аматорів місцевих старожитностей. Одну з провідних ролей у цих процесах відіграло добровільне громадське об'єднання аматорів місцевої історії, що виникло у Львові 1876 р. під назвою Крайового археологічного товариства.

Варто підкреслити, що формуванню у Львові краєзнавчого середовища сприяв потужний науковий потенціал міста. У Львові діяли архіви, бібліотеки, виходили численні пресові видання тощо. Поява в 1870–1880-х рр. у Львові наукових об'єднань краєзнавчого характеру стала логічним результатом діяльності міського кола аматорів та ентузіастів у попереднє десятиліття.

#### Література

1. ЦДІА України у Львові, ф. 146, оп. 25.
2. ЦДІА України у Львові, ф. 192, оп. 1.
3. Яремич Г. Охоронні та пам'яткознавчі традиції Львова // Галицька брама. — 1996. — № 15.
4. Charewiczowa L. Historiografia i miłośnictwo Lwowa. — Lwow, 1938.

- 
5. *Ciara S.* Archiwa a uniwersytety w Krakowie i Lwowie w latach 1877/78–1918. — Warszawa, 2002.
  6. *Kirkor A. H.* Z archeologii krajowej (Przegląd archeologiczny, organ c. k. Konserwatori pomników i Towarzystwa archeolog we Lwowie. Zeszyt I. II. III. 1882–1884) // Przegląd powszechny. — Krakow, 1885. — T. 5.
  7. Kronika bibliograficzna // Ibid. Lwow, 1882. — Z. 1.
  8. Kronika czynności c. k. Konserwatorów i Korespondentów Galicji Wschodniej // Teka Konserwatorska. — Lwow. 1892.
  9. Kronika Towarzystwa archeologicznego krajowego we Lwowie // Przegląd archeologiczny. — Lwow, 1876. — Z. 1, 20 kwietnia.
  10. Przegląd archeologiczny. — Lwow, 1876. — Z. 1, 20 kwietnia.
  11. *Sneider A.* Badania i poszukiwania archeologiczne w ostatnich latach // Przegląd archeologiczny. — Lwow, 1876. — Z. 1, 20 kwietnia.
  12. Sprawozdanie o Towarzystwie archeologicznem we Lwowie // Przegląd archeologiczny. — Lwow, 1882. — Z. 1.
  13. Statut Towarzystwa archeologicznego krajowego we Lwowie. Zatwierdzone postanowieniem c. k. Namiesnictwa z dnia 31 grudnia 1875. l. 63, 194. — Lwow, 1876.
-

УДК 338.485.39

Лучаківська І. Л.

## УМОВИ ТА СТАН ВИКОРИСТАННЯ ЕТНОГРАФІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КАРПАТСЬКОГО РЕКРЕАЦІЙНОГО РЕГІОНУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЕТНОКУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ

*Досліджуються умови розвитку історико-культурних, релігійних, рекреаційних центрів та інших видів туризму, які знаходяться в територіально-рекреаційному комплексі Підкарпатського субрегіону.*

Підкарпатський субрегіон володіє густою мережею історико-культурних пам'яток. На території Підкарпатського територіально-рекреаційного комплексу нараховується понад 1 тис. пам'яток археології, архітектури (понад 114 перебувають під охороною), історії, працює близько сотні музеїв. Тут є низка археологічних пам'яток міжнародного значення: древніх трипільських поселень на Дністрі, старослов'янські міста та ін. Відомо, що до високоатрактивних належать історико-культурні ресурси Дрогобича, Трускавця, Східниці, Самбірського та Старосамбірського районів.

Розташування експонатів у музеях просто неба дозволяє поєднати пізнавальну функцію перебування в них з відпочинком. Зелені насадження, садочки, водоймища не тільки оживляють маршрути тематичного показу етнографічних та архітектурних експозицій, вони створюють умови для різноманітного відпочинку відвідувачів, роблять його більш змістовним.

Багатовікова, складна і своєрідна історія краю, насичена різними історичними подіями, наклала відбиток на духовне життя народу, визначила характер пам'яток культури. Останні свідчать про героїчне минуле народу, його боротьбу за соціальне і національне визволення.

Враховуючи те, що протягом століть існування численних поселень було можливим лише під захистом міцних мурів замків та інших оборонних споруд, на території досліджуваного регіону та України в цілому знаходиться значна кількість споруд оборонного вигляду. Тепер ці споруди офіційно називають пам'ятками оборонного будівництва. Їх зводили як для захисту від ворожих нападів, так і для оборони великих феодалів і землевласників від народного гніву. У період пізнього середньовіччя оборонну роль відігравали не лише замки і фортеці, а й численні церкви та монастирі (35 церков та 2 монастирі VIII–XX ст). Незважаючи на те, що на території Підкарпатського субрегіону знаходиться значна кількість пам'яток історії та культури, все ж більшість із них перебуває в занедбаному стані. Саме тому охорона пам'яток історії та культури стала однією з актуальних проблем сьогодення, оскільки дбайливе ставлення до історико-архітектурної спадщини, всебічне її дослідження та реставрація, важливі не тільки в історико-культурному, а й рекреаційному сенсі [2].

Ознайомлення з народною творчістю викликає в туристів і відпочивальників не менший інтерес, ніж з пам'ятками історії та культури чи мальовничою природою краю. Велике зацікавлення у туристів викликають збережені бойківські традиції, звичаї і звички жителів регіону. Атрактивність об'єкта визначається як довколишнього природою, так і наявністю поблизу цінних рекреаційних об'єктів їх кількістю. Карпатський субрегіон багатий на унікальні здобутки зодчества. Практично всі вони доступні для показу туристам.

На території досліджуваного субрегіону проживає етнічна група бойків, саме тому в архітектурі субрегіону зберігся своєрідний тип бойківської хати і трибанних церков із характеристичними опоясанням (церква св. Юра в Дрогобичі) у старих церквах збереглися давні ікони (музей «Бойківщина» в Самборі) і фрески XV–XVI століття (Лаврівський монастир Старосамбірського району) та ін.

У Підкарпатському субрегіоні виділяються 6 рекреаційних центрів, 12 рекреаційних пунктів та 2 рекреаційні вузли.

**Дрогобицький рекреаційний центр.** Важливим для розвитку релігійного туризму є Дрогобич. Дрогобицький готичний костюл св. Бартоломея, фундований Владиславом Ягеллою, згідно з даними археологів, побудований у 1541 р. (за іншими даними — на початку XV ст.) на місці палат князівського воєводи (одна зі сторін палацу збереглась практично неушкодженою). Дзвіниця костюлу надбудова давньоруської оборонної башти, залишки колись могутніх фортечних укріплень міста. На старих світлинах видно, наскільки багатим був інтер'єр костюлу раніше. Зараз збереглися лише деякі розписи початку XIX ст. (художник Борщ), кілька дерев'яних таблиць та вітражі за ескізами Мегоффера, Виспянського та Матейки. У місті є ще кілька мурованих храмів: апостолів Петра і Павла (20–30-х років XIX ст.) на вул. Стрийський, святої Троїці (поблизу площі Ринок), стара хоральна синагога (зараз напівзруйнована). Та головна визначна пам'ятка міста — дерев'яна церква святого Юра. Вона прикрашена куполами, галереями. Церкву 1657 року в розібраному вигляді перевезли з Прикарпаття і заново зібрали в Дрогобичі (колись така практика була досить поширеною).

У Дрогобицькому районі розташоване село Грушів, яке прославилось чудотворною іконою Богоматері. Саме тут постійно збирається велика кількість прочан і просто туристів, постійно організовуються екскурсії.

Розташований Дрогобицький рекреаційний центр на стику Наддністрянської рівнини і Карпатського передгір'я вздовж ріки Тисмениці та її притоки Побуку. Виділяється наявністю санаторію-профілакторію «Едельвейс» Дрогобицького автокранового заводу.

Транспортну доступність забезпечують залізнична і шосейна дороги Стрий — Самбір з відгалуженнями на Борислав і Трускавець. Найінтенсивніші туристичні потоки спрямовані зі Львова, розташованого на відстані 102 км від Дрогобича.

Рекреаційний центр виділяється наявністю історико-культурних пам'яток з часів Київської Русі. Крім цього, об'єктами туризму є краєзнавчий музей; 13 пам'яток природи, ботанічний парк ім. Б. Хмельницького (пл. 150 га), також численні історичні та архітектурні пам'ятки XIII–XX ст.; пам'ятники Т. Шевченку 1991 р., А. Міцкевичу 1945 р., І. Франкові, 1966 р. З містом пов'язані життя і творчість Ю. Дрогобича, І. Франка, В. Стефаника, Л. Мартовича, Бруно Шульца та ін.

До інфраструктури Дрогобицького рекреаційного центру входять 4 готелі, 10 ресторанів, кафе, музеї, театр, 2 стадіони, басейн, АЗС.

Тут функціонують туристичні фірми, що спеціалізуються на внутрішньому та зовнішньому туризмі, зокрема мале підприємство «Лілея», мале підприємство «Біт». Крім цього, туристичні послуги надають торгово-промислове об'єднання «Україна-Захід» та АТ «Львівтурист».

**Трускавецький рекреаційний центр.** Курорт розташований у мальовничій долині Східних Карпат на висоті 350 м над рівнем моря на відстані 100 км на південь від Львова. Трускавець — самобутній і найпривабливіший бальнеологічний курорт України. Населення Трускавця — 26,6 тис. осіб. Львівський аеропорт та залізниця зв'язують його з найбільшими містами України і Європи.

Близько 170 тисяч осіб відпочивають тут щороку з усієї України та з-за кордону у 20 комфортабельних санаторіях, 23 пансіонатах, дитячих оздоровчих таборах. Висококваліфікований медичний персонал, прекрасна діагностична і лікувальна база забезпечують ефективність лікування.

Сьогодні курорт може бути зразком моделі рекрополісів, курортополісів і рекреаційних зон, місцем відпрацювання та поширення новітніх технологій у курортній

галузі, впровадження ефективних методів лікування, реабілітації та оздоровлення населення, забезпечити раціональне використання рекреаційних ресурсів та належний рівень природоохоронних заходів.

На його території зосереджені великі запаси мінеральних вод з 14 природними джерелами та поклади «гірського воску» — озокериту.

Привабливість курорту забезпечує лікувальна вода «Нафтуся». Ця унікальна вода генетично пов'язана з нафтою, звідки й походить така милозвучна назва.

**Бориславський рекреаційний центр.** Розташований за 99 км на південний захід від Львова і за 9 км від Дрогобича в передгір'ях Карпат на р. Тисмениця. Місто виділяється наявністю таких рекреаційних об'єктів, як санаторій-профілакторій «Бескид» на 700 місць, лікувальна база відпочинку «Нафтуся» НГДУ Бориславнафтогаз та літній табір відпочинку «Міряни».

Залізничний вокзал, автостанція забезпечують перевезення рекреантів.

Перші згадки про місто датуються до 1387 р. Оскільки Борислав відомий здавна як місто нафтодобування, то основними об'єктом туризму в Бориславі є музей нафтової і газової промисловості, також 2 геологічні пам'ятки природи; пам'ятники Т. Г. Шевченку, 1976 р., І. Франкові, 1959 р., А. Мишакевичу, 1894 р. На околиці міста — Бориславський ландшафтний заказник, пл. 3896 га, родовища озокериту, джерела мінеральних вод.

З містом пов'язані життя і діяльність Лаврентія і Стефана Зизаніїв, видатних діячів української культури, письменника С. М. Коваїгіва, І. Франка.

В інфраструктуру міста входять готелі, ресторани, кафе, їдальні, музей, кінотеатр, стадіон, АЗС і СТО.

**Нагуєвицький рекреаційний пункт.** Розташований у долині р. Збір (притока Бистриці). Рекреаційний пункт відомий як батьківщина І. Я. Франка. Об'єктами туризму тут є стежка Івана Франка літературно-меморіальний музей Івана Франка, та пам'ятник на честь відміни в 1848 р. кріпосного права, споруджений батьком Івана Франка — Я. Франком в середині XIX ст., тут споруджено 2 пам'ятники І. Франкові, реконструйована садиба, в якій він народився. У рекреаційному пункті знаходиться Михайлівська церква і дзвіниця 1800 р.

**Новокропивницький рекреаційний пункт.** Розташований на лівому березі Стрия. Виділяється такими рекреаційними об'єктами, як пансіонат «Міжгір'я» — філія Трускавецького санаторію «Прикарпаття», дитячий табір відпочинку «Карпати» Дрогобицького заводу автомобільних кранів, база відпочинку «Веселка» Дрогобицького механічного заводу, база відпочинку «Сопіт» проектно-виробничого підприємства «Енергія».

Новокропивницький рекреаційний пункт відомий з XIV ст. Туристичними об'єктами тут є Миколаївська церква і дзвіниця 1698 р. та два давніх поселення.

Територія в околицях села має сприятливі умови для відпочинку, розвитку водних видів спорту і туризму.

**Підбузький рекреаційний пункт.** Розташований в долині рік Бистриці і Сторожанки. Рекреаційний пункт виділяється наявністю тут бази відпочинку «Карпати» Дрогобицького підприємства електромереж цілорічного використання. На території рекреаційного пункту є умови для гірськолижного відпочинку. Основними об'єктами туризму тут є заповідне урочище Підбуж (пл. 99,6 га) та церква Іоанна 1828 р.

**Самбірський рекреаційний центр.** Розташований на лівому березі Дністра в межириччі Дністра — Стривігору. Виділяється наявністю таких туристичних об'єктів, як ботанічний парк — пам'ятка садово-паркового мистецтва республіканського значення XVIII ст. (пл. 15 га) та численні пам'ятки архітектури XIV–XX ст. На території Самбірського рекреаційного центру споруджені пам'ятники Т. Шевченку, І. Франкові,



Лесю Курбасу, М. Лисенкові, Б. Хмельницькому. Тут функціонує дитяча картинна галерея та музей «Бойківщина».

З рекреаційним центром пов'язане життя і творчість Г. Самборчика, П. Конюсевича, А. Чайковського, І. Франка, Леся Курбаса, І. Колесси, Є. Бачинського, Т. Бачинської та інших.

До інфраструктури центру входять 2 готелі, 8 ресторанів, музеї, кінотеатр, стадіон, АЗС і СТО.

**Кульчицький рекреаційний пункт.** Розташований на правому березі Дністра. Виділяється такими об'єктами туризму, як пам'ятник П. Конашевичу-Сагайдачному 1991 р. та дзвіниця Спаської церкви XVIII ст. Тут розташоване двошарове поселення скіфського часу та древньоруське городище XI–XIII ст.

У Кульчицькому рекреаційному пункті народився гетьман реєстрового козацтва П. Конашевич-Сагайдачний.

**Спринський рекреаційний пункт.** Розташований на річці Сприні на північних схилах Карпат. Виділяється наявністю дитячого оздоровчого табору «Прикарпаття».

Основний туристичний об'єкт Спринського рекреаційного пункту — це дерев'яна церква 1750 р.

**Чуквинський рекреаційний пункт.** Розташований за 3 км на південь від р. Дністер. Рекреаційний пункт виділяється наявністю бази відпочинку Самбірської НГРЕ.

Основними туристичні об'єктами тут є пам'ятка природи — алея вікових лип та дерев'яна церква 1854 року.

**Добромилський рекреаційний центр.** Розташований у долині р. Вирви (басейн Вісли). Виділяється наявністю бази відпочинку «Екватор» ВО «Полярон».

Об'єктами туризму є три ботанічні пам'ятки природи та заповідне урочище з рідкісними угрупованнями скельного дуба. Тут споруджені пам'ятники Б. Хмельницькому, 1954 р.; А. Міцкевичу. З пам'яток архітектури в рекреаційному центрі виділяють дзвіницю 1731 р., замок XVI ст., ратушу та костел XVIII ст. і комплекс Василіанського монастиря XV–XIX ст.

З центром пов'язане життя і діяльність Л. Шептицького, Я. Гербурта — українського і польського громадського діяча, письменника, книговидавця (1567–1616 рр.).

До інфраструктури центру входять готель, 3 ресторани, кафе, кінотеатр, 2 стадіони, АЗС.

**Старосамбірський рекреаційний центр.** Розташований на р. Дністер. Рекреаційний центр виділяється наявністю історико-культурних пам'яток з часів Київської Русі. Основними об'єктами туризму тут є пам'ятник Т. Шевченку, 1964 р., Миколаївська церква 1830 р. та древньоруський могильник XII ст. До інфраструктури центру входять готель, 4 ресторани, АЗС. Тут функціонує мале підприємство «Турист», яке спеціалізується на зовнішньому та внутрішньому туризмі.

**Смерічківський рекреаційний пункт.** Розташований поблизу ріки Дністер. Рекреаційний пункт виділяється наявністю санаторного комплексу СП «Дністер». Основним об'єктом туризму тут є дерев'яна церква 1872 р.

**Сушицький рекреаційний пункт.** Розташований на правому березі ріки Дністер. Виділяється наявністю таких об'єктів туризму, як дерев'яна Введенська церква 1880 р. та гірське озеро. У міжвоєнний період рекреаційний пункт був популярним центром відпочинку.

**Тершівський рекреаційний пункт.** Розташований на берегах рік Дністра та Лінинки. Виділяється наявністю Туристичного комплексу СП «Мрія».

До важливих об'єктів туризму належать водоспад на р. Літинка та древньоруське городище на г. Замчище.

Поблизу рекреаційного пункту знаходиться Лаврівський монастир XIII ст. з церквою XIII ст., в якій збереглися розписи XIV–XV ст., він вважається місцем поховання князя Льва Даниловича.

**Ясенице-Замківський рекреаційний пункт.** Розташований на ріці Ясеничанці (басейн Дністра). Рекреаційний пункт виділяється наявністю таких рекреаційних об'єктів, як база відпочинку Самбірського приладобудівного заводу «Омега» та база відпочинку агрофірми «Карпати».

Основними об'єкти туризму є дзвіниця Михайлівської церкви 1730 р. та загальнозоологічний заказник «Верхньодніпровські Бескиди» (пл. 8536 га).

**Стрийський рекреаційний центр.** Розташований на лівому березі ріки Стрий (притока Дністра). Виділяється наявністю санаторію Львівської залізниці, який працює з 1975 р.

У рекреаційному центрі знаходяться такі об'єкти туризму, як красзнавчий музей, 1935 р., та 13 ботанічних пам'яток природи. Архітектура рекреаційного центру представлена пам'ятниками Б.Хмельницькому (1954 р.), Т. Шевченку (1988 р.), С. Бандері (1992 р.), пам'ятками архітектури XIX — поч. XX ст. та 2 поселеннями XIV–XV ст.

Отже, у досліджуваному субрегіоні є всі умови для подальшого розвитку етнокультурного, релігійного, сільського зеленого та інших видів туризму за умов відповідного інвестування у ці сфери туризму.

#### Література

1. Руденко В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України: У 3 ч.: Підручник. — К.: ВД «К. - М. Академія»; Чернівці: Зелена Буковина, 1999. — 568 с.
2. Концепція розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області. — Львів, 2002. — 43 с.
3. Петранівський В. Туристичне красзнавство. — К.: Знання, 2006. — 400 с.

УДК 908.(477)

Цимбала О. С.

**КРАЄЗНАВЧІ СТУДІЇ У ТВОРЧОМУ ДОРОБКУ М. ГОЛУБЦЯ**

*У статті проаналізовано основні напрацювання Миколи Голубця щодо формування теоретичних засад, налагодження практичної роботи та методики краєзнавчих досліджень у міжвоєнний період. Охарактеризовано комплекс першочергових завдань, необхідних для збереження культурно-історичного надбання минулих поколінь.*

На сучасному етапі краєзнавство переживає епоху відродження. Краєзнавчий рух в Україні багатий на цікаві традиції, плідні пошуки і відкриття. Проте мало любити свій край — його потрібно добре знати. Адже знання своєї «малої батьківщини» не просто збагачує і звеличує людину, воно служить своєрідним містком, що єднає покоління минулих з поколіннями майбутніх. Пошана до традицій давньої культури та славетного минулого творить основи теперішності і є запорукою майбутнього.

Кожна наука, зокрема і туристична, на етапі становлення потребує актуального обґрунтування теоретико-методологічних засад, структури, ключових напрямків досліджень, щоби спрямувати практичну діяльність у правильному руслі. На українському ґрунті традиції туризму формувалися у тісному зв'язку з краєзнавчим рухом, запозичуючи від останнього багато методичних прийомів та практичних підходів. Сьогодні ж, туризм як один із важливих засобів пізнання краю, образно називають «інструментом поширення краєзнавчих знань». Вирішення стратегічних завдань розвитку краєзнавчої справи, які повинні підняти її на якісно новий рівень, можливе тільки з урахуванням історичної практики і досвіду. У зв'язку з цим актуальною видається проблема наукового узагальнення здобутків краєзнавчого руху у міжвоєнні десятиліття включаючи усі позитивні та негативні моменти [5:160].

У 20–30-х рр. ХХ ст. галицькі науковці та небайдужа громадськість спромоглися сформувати потужний доробок теоретичних та методичних засад краєзнавства. Але, геополітичні зміни на початку 40-х років знищили цю досить міцну краєзнавчу школу, а її здобутки радянська влада приречила на тривале забуття. Сучасні умови сприяють впровадженню до наукового обігу нових джерел, насамперед на регіональному рівні. Це дозволяє заповнити «білі» (чи «чорні») плями нашої історії, спричинені тривалим пануванням підцензурної науки.

У цьому аспекті актуальними є дослідження провідних галицьких істориків і краєзнавців (Івана Крип'якевича, Мирона Кордуби, Кирилла Студинського, Василя Щурата, Євгена Пеленського), які своїми розвідками популяризували український краєзнавчий рух [4:7]. Цілий пласт історико-краєзнавчих досліджень належить перу М. Голубця. Його наукові нариси заповнили низку прогалів у вивченні місцевої історії краю.

Становлення особистості та формування світогляду М. Голубця відбувалося у буремні роки національно-визвольних змагань на західноукраїнських землях. Він брав активну участь у громадській та видавничій діяльності, прилучався до різних мистецьких і краєзнавчих акцій. Вже з другої половини 20-х років з'являються його історико-краєзнавчі розвідки, в яких молодий дослідник не лише розглядав теоретичні підвалини та практичні сторони краєзнавства, але й ставив конкретні проблемні завдання щодо методики краєзнавчих досліджень, які залишаються актуальними і в наші дні [3:214–215].

Цій проблемі автор приділив серію статей «Наш рідний край» [2], у рамках якої висвітлює ключові позиції щодо пріоритетних напрямків краєзнавчої діяльності. Будучи очевидцем процесу відкриття нових історичних пам'яток, М. Голубець не міг залишатися осторонь проблеми збереження культурно-національної спадщини. Тому свої

погляди щодо необхідних заходів у даному руслі він виклав у розвідці «Найближчі завдання краєзнавства» [1]. Автор закликав фотографів фіксувати пам'ятки культури, залишати фотодокументальну пам'ять і привертати таким чином увагу фахівців до маловідомих, проте цінних сторінок нашої історії.

Основою національної свідомості й патріотизму М. Голубець називає саме краєзнавство [2:4]. Проте досліднику не притаманна безапеляційна ідеалізація минувшини чи сучасності, з огляду на те, що він вказує на цілий ряд критичних зауваг щодо рівня розвитку краєзнавчих студій.

Насамперед, М. Голубець чітко виокреслює, серед інших, ключову проблему краєзнавства: не потрібно їхати на Рив'єру, до Венеції, в Альпи чи на екзотичний Схід, щоби «налюбуватися безконкурентною красою» природи, адже національні скарби історичної традиції і культури розкинуті по всьому просторі рідного краю [1:147]. На думку автора, стереотип про «вищість закордонного краєвиду» можна легко здолати, якщо без упередження розглянутися навколо; як приклад він наводить «Підльвівську Швейцарію», могутні Чорногори, карпатські панорами, подільські степи, численні княжі міста...

Реальним засобом пізнання рідного краю М. Голубець вважає саме прогулянки, оскільки книга — це важливий дороговказ, але «мертва буква» не має сили переконання без наочної аргументації [2:2]. Хоча дослідник констатує, що вбогість, скрута українського народу звичайно є вагомою перепорою до здійснення тривалих мандрівок, але, на противагу цьому, багатство галицьких земель на природні та історичні пам'ятки дозволяє всім долучитися до пізнання своєї батьківщини.

Серед несприятливих чинників, які гальмують розвиток туристсько-краєзнавчих походів М. Голубець відзначає низький рівень розвитку комунікаційної сітки. Людина, котра має намір подорожувати, просто не знає, куди їй податися, як раціонально спланувати свій маршрут. У таких випадках, вважає дослідник, перед краєзнавчою мандрівкою доцільно було би вдатися до слухання спеціальних лекційних курсів, котрі дали б підготовку для комплексного пізнання культурних та природних пам'яток певного регіону. На жаль, каже автор, українці, як недержавний народ, дозволити собі таких масштабних заходів не можуть. Так само, як і не мають хороших краєзнавчих бібліотек, музеїв, спеціальних видавництв тощо. Неприпустимим вважає М. Голубець той факт, що українська громада немає ні краєзнавчої енциклопедії, ані навіть скромного провідника по краю. А як наслідок — доводиться користуватися чужими польськими провідниками, які демонструють перевагу польської національної спадщини, применшуючи роль українського культурно-історичного надбання.

В цьому контексті, автор подає короткий історіографічний огляд краєзнавчої літератури Галичини. Спершу привертає увагу до «Галицької бібліографії» І. С. Левицького, «Бібліографії історії польської» проф. Л. Фінкла, «Бібліографії людознавства» Ф. Гавела та «Бібліографії слав'янознавства» Е. Колодзейчика [2:4], в яких можна знайти систематичний перелік праць з різних ділянок, що входять до кола краєзнавства (архітектури, археології, етнографії, історії, географії тощо). Автор наголошує, що вказані книги, впорядковані поляками для потреб польської науки, звичайно ж, узагальнюють польські наукові напрацювання, в той час коли український матеріал трактований дуже побіжно і несистематично.

Серед визначних польських наукових досягнень автор згадує і 13-ти томну публікацію «Люд» етнографа О. Кольберга, яка містить матеріали по краєзнавству Волині, Покуття. Відзначає дослідник і «трохи перестарілий» 15-ти томний «Словник географічний Крулевства Польського і інших кресув словянських» (Варшава, 1890–1895). Підсумовуючи, М. Голубець з прикрістю констатує, що за відсутності українських аналогів, ще довго доведеться користуватися польськими дослідженнями.

Хоча, зважаючи на скромні можливості українських науковців, відзначає М. Голубець, на цій ділянці зроблено теж чимало. Так, Науковим товариством ім. Т. Шевченка видано «Матеріали до української етнології», багатотомний «Етнографічний збірник». Автор характеризує також напрацювання українських дослідників у різних галузях історії, географії, краєзнавства, зокрема доробок М. Грушевського, С. Рудницького, С. Томашівського, І. Крип'якевича М. Кордуби та ін.

У своїх дослідженнях М. Голубець формує чітке бачення пріоритетних напрямків розвитку краєзнавчих досліджень, системи збереження та популяризації національної спадщини народу. Одним із таких напрямків, на думку автора, є всебічне вивчення та збереження історичних міст. Слід відзначити, що у цьому аспекті дослідник проводив масштабну роботу. Один за одним виходили у світ історико-краєзнавчі нариси «Теребовля», «Безл-Буськ-Звенигород», «З історії міста Сокаля», «Перемишль», «Княжий Галич», «Щирець» тощо. Автор акцентує на тому, що саме ці міста були колискою нашої державності, самобутньої культури, національних традицій.

Ще одним важливим інструментом краєзнавчих досліджень М. Голубець вважає вивчення архітектурної традиції народу, його історико-археологічної спадщини. Здатністю витворити свій самобутній стиль в мистецтві, будівництві може похвалитися далеко не кожен народ. Відмінною рисою української культури на тлі сусідніх народів дослідник називає традицію дерев'яного будівництва, пам'ятки якої особливо добре збереглися на Галичині. Посилаючись на статистичні дослідження В. Карповича [2:3], об'єктом дослідження якого було 60 повітів Галичини до Першої світової війни, автор констатує, що на фоні 2 345 дерев'яних церков зафіксовано лише 873 муровані. Далі він подає статистичну інформацію по населених пунктах, по етнорайонах на предмет збереження тут дерев'яних церков. Найдавнішу дерев'яну пам'ятку відносить до XVI століття, зазначаючи, що традиція будівництва дерев'яних храмів підтримується і до сьогодення.

Паралельно дослідник акцентує увагу на нагальній проблемі збереження пам'яток минулого. Адекватно розуміючи неспроможність ані міських громад, ані нечисленних наукових установ займатися охоронною діяльністю по всьому краю, М. Голубець закликає до плідної діяльності «світлинців-аматорів» [1:473]. «Фотограф, — каже автор, — не маючи змоги врятувати самого пам'ятника, може врятувати для науки бодай його вигляд на фотоплівці» [1:473]. Слідуючи цьому принципу, М. Голубець свої дослідження супроводжував наочним ілюстративним матеріалом. І хоча друга світова війна значно змінила топографію краю, все ж на папері залишилися зафіксованими цінні факти, які зберегли автентичні реалії довоєнного часу до наших днів.

У тісному зв'язку з інтересами дальшого розвитку краєзнавства, на думку автора, перебувають і такі особливі шляхи пізнання традицій і культури рідного краю, як народознавство та етнографія. Першочерговим завданням кожного краєзнавця, вважає дослідник, є записування, описування та збирання етнокультурних матеріалів. При цьому М. Голубець радить опиратися на виняткову верству українського суспільства, що змогла зберегти дух, традиції пращів, — на «хліборобське селянство» [2:2]. На переконання автора, ані трудова інтелігенція, ані міщанство не мають таких стійких звичаїв.

Зручним засобом для етнографічних досліджень М. Голубець вважає ведення спеціального денника (щоденника, анкети-питальника). Щоби кожен краєзнавець (фахівець чи аматор) мав змогу систематично фіксувати важливі дані про специфіку кожного регіону чи населеного пункту, автор пропонує опиратися на спеціально розроблену структуру питальника, який передбачає детальний перелік чітко сформульованих фахових питань згрупованих в окремі тематичні блоки (наприклад: які є народні свята та пов'язані з ними традиції і обряди; що народ говорить про сонце, місяць, зорі; народні вірування про життя, смерть, злих духів; як люди пояснюють свої сни; яку роботу

може робити тільки мужчина, а яку тільки жінка; народні назви різних частин тіла; чи є в селі відьми, чарівниці, знахарі тощо).

Окремо автор зупиняється на етнонаціональному розмаїтті. Адже бойки, гуцули, лемки, подоляни, представляючи український народ, дуже різняться між собою як зовнішньо, так і за своїми звичаями та традиціями. Відповідно, те що характерно для однієї громади, може бути абсолютно чужим для іншої, нехай навіть сусідньої. Тому краєзнавчі дослідження цього аспекту вимагають скрупульозного підходу до збирання та опрацювання етнографічних матеріалів. Вагомість вивчення питань, пов'язаних з побутом, народними віруваннями, прикметами, автор пояснює потребою формування суспільного досвіду минулого у найрізноманітніших ділянок людської культури. Особливу роль М. Голубець відводить історії родинного життя, генеалогії. Дослідник наголошує, що українці, як правило, знають історію свого роду до 3–4 покоління, в той час як у сусідній Польщі нормою є знання родоводу до 15–20 покоління. У сукупності генеалогія, побутово-родинна, релігійна історія допомагають створити «живу історію», надати останній людського виміру [2:2].

Саме такі комплексні завдання ставив М. Голубець перед краєзнавчою наукою у 20–30-х рр. XX ст. Він намагався розкрити не тільки загальні тенденції краєзнавства, але й приклався до розробки теоретико-методичних підходів та практичних порад. При цьому соціально-історичні, культурні, релігійні умови життя народу вважав визначальними.

Підсумовуючи, слід сказати, що вмiле застосування краєзнавчих здобутків у туристичній галузі здатне репрезентувати всьому світові багатство національної історико-етнокультурної спадщини українського народу, повернути «з руїн» унікальні занедбані об'єкти старовини, спроможне сформувати позитивний імідж України на міжнародній арені.

#### Література

1. *Голубець М.* Найближчі завдання краєзнавства // Світло й тінь. — 1936. — Чис. 1. — С. 471–476; Чис. 2. — С. 488–491.
2. *Голубець М.* Наш рідний край // Неділя. — 1929. — 7, 14, 21, 28 липня; 4, 11, 25 серпня; 1, 8 вересня. — С. 2; 4; 2–3; 2–3; 2–3; 3; 4; 2–3; 2.
3. *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. 214–217.
4. *Козицький А. М.* Український краєзнавчий рух Східної Галичини у міжвоєнний період // Краєзнавство і туристика. — 1995. — Ч. 1. — С. 7–8.
5. *Тронько П. Т.* Історичне краєзнавство: крок у нове тисячоліття (досвід, проблеми, перспективи). — К.: Ін-т історії України НАН України, 2000. — 270 с.

УДК 94.(477)

Сокіл В. В.

## «ЛИШЕ ІСТИННЕ ДОСТОЙНЕ ПАМ'ЯТІ», АБО ЕТНОКУЛЬТУРНІ ВИМІРИ ГОЛОДОМОРУ 1932–1933 РОКІВ

*Стаття присвячена питанню народного погляду на голодомор 1932–1933 рр. в Україні. Увага сконцентрована на двох основних категоріях — фольклорної пам'яті та традиції, украї важливих для етнокраєзнавства. Чільне місце посідає типологія подій, стереотипізація, образність.*

Ще давні греки вважали, що лише істинне достойне пам'яті, а те, що зберігається, — істинне. Згідно з Аристотелем, «пам'ять» — це загальний стан душі, вмістилище образів, а «спогади» — конкретне втілення цієї здатності [1, 95]. До таких конкретних втілень пам'яті про голодомор 1932–1933 років належать безпосередні спогади очевидців цієї трагедії чи тих, що опосередковано переповідають про неї зі слів інших осіб. Матеріальне буття цих творів вписується у властиву фольклорну форму, оскільки ті зберігаються у закодованому вигляді людською пам'яттю, яка є його одвічною особливістю. А та пов'язується з усністю передачі інформації.

Звичайно, є велика різниця між пам'яттю учасника події, який розповів про побачене та пережите, і пам'яттю оповідача, котрий засвоїв інформацію від іншого носія. Різна при цьому і міра емоційної реакції, душевних переживань, які визначають роботу пам'яті. Емоції учасника події більш безпосередні, виразніші, а пам'ять гостріша.

Треба підкреслити, що народ пам'ятає особливо важливі історичні події, великі соціальні потрясіння, у нашому випадку голодомор, де найглибший слід залишив 1933-й рік, який для мільйонів людей став своєрідним рубежем. Відлік часу у народній прозі здійснюється «до» і «в тридцять третій рік». Час ніби застиг на цій даті: «В тридцять третім году», «Голодомор тридцять третього до могили не забуду». Ця дата глибоко закріпилась у людській пам'яті, і викликає незмірні емоції [4, 58–59, 70].

Роль пам'яті у житті людей настільки велика, що американський учений Поль Валльєр вважав її першою заповіддю традиції, оскільки вона робить цю останню надійним джерелом знання [3, 160], а родоначальницею будь-якого знання виступає пам'ять. Це не звичайний собі слух чи навіть мода на тему з погляду сучасності, а втілення істини, нехай і відносної, від безпосереднього носія об'єктивної інформації, яка заслуговує уваги й довір'я. На її підтвердження в текстах про голодомор присутні формули, які підкреслюють, що ці знання здобуті із власної пам'яті, і вони достовірні: «Я добре пам'ятаю» [4, 92], «Шоб же я не пам'ятала тридцять третього году?.. Пам'ятаю, дуже й дуже» [4, 143], «Я добре те тямлю, але ж я тямлю, як вигнали з хати, да осеню...» [4, 67], «Ніколи не забуду» [4, 48]. Народ завжди прагнув до досконалих та ефективних засобів закріплення життєвого досвіду, освоєння навколишньої дійсності. Кращі результати давало емоційно-образне мислення, без якого неможливий жоден спогад про голодомор, оскільки він пронизаний суцільними переживаннями як оповідача, так і слухача.

Варто підкреслити, що будь-яка творчість розпочинається з простої репродукції життєвих подій, ситуацій, образів, тобто того, що було у людській пам'яті, — пережите, відчуте, сприйняте. Водночас при репродукуванні образи не просто адекватно відтворюються, вони зазнають також певних змін, навіть безпосередньо побаченого й пережитого. Інакше кажучи, це не копія, а творче переосмислення дійсності.

Психологи доказують, що репродукування є не чим іншим, як відтворенням зорових образів, здебільшого трагічних і вражаючих. Це підтверджується досліджуванним матеріалом, коли на передній план проступають зорові образи: «І зараз наче бачу Варку Харлакову. Лежала, як колода коло цього мостика, дівка, доросла дівка» [4, 167]. Або інший приклад: «Я корову пасла тоді біля кладовища, а було привозять гарбу

мертвих і ще було щось живе ворушиться. А їх перекинуть (яма вже викопана) в яму, те вгору ногами, а те руками, а те... Хто як попало. А тоді вп'ять бачу, було привозе батько або мати у світі закутану дитину або двоє тачкою» [4, 185].

Дослідники запитали, що «репродукуються образи одиничних предметів, а не тих, що зустрічаються на кожному кроці. Та оскільки одиничне зустрічається звичайно рідко, то й воно запам'ятовується тільки у тому випадку, коли це сильно діюче з тих чи інших причин на нашу зорову систему враження. Таким чином, найясніше і найяскравіше репродукуються образи виключних і при тому сильних вражень» [2, 380]. Саме тут починається активний творчий процес, що супроводжується переживаннями й емоціями.

Плідне користування ресурсами пам'яті вимагає «занурення» в минуле. Ясна річ, що фізично повернутися в нього неможливо, хіба що уявно, через сприйняття окремих ефектів. При цьому в оповідача спрацьовує «емоційна пам'ять» як здатність запам'ятовувати сильні враження (сум, страх). Вона, своєю чергою, впливає на динаміку створюваного сюжету, художню глибину тексту. Наведу найкоротший за обсягом, але дуже місткий за змістом та експресивністю зображення твір у моєму записі: «Галька Самохвалиха принесла у двір сумну новину: сказала одній матері, що Альошу, її сина, там і там з'їли.

Побігла мати. У хату вскочила — на підлозі кістки людські та шматки м'яса. Мама впізнала лише по черевиках на підшвах позчовгуваних, що це був він» [4, 134].

За експресивністю змалювання події цей текст можна поставити хіба що в ряд зі Стефаниковою «Новиною». Рефлексія у народному зразку надзвичайно сильна, бо спрямована на рідних і близьких. Крім того, нас вражає образ старих позчовгуваних черевиків як жахливого «свідка» канібалізму.

У фонді прози про голодомор сформувалися постійні образи — знаки для відображення самих предметів, явищ, які виступають у ролі денотатів. Так, скажімо, у творах часто зустрічається образ «червоної (красної) мітли». За ним закріплене конкретне емоційне поле. У народній пам'яті він викликає негативні переживання, пов'язані з насильницьким відбиранням у людей продуктів харчування, майна. «Тоді була, як вона називалася, «красна мітла», — говорить в одному зі зразків. — Кажуть: «красна мітла» йде! І по чердаках, і вездє, і в кого що є — забирали. І все гнали: ото ж давай, давай скотину, гони туда, давай гони» [4, 50]. Інший предмет-денотат — «шомпол» («щуп») вказує на його ситуативне функціональне призначення, пов'язане із відшукуванням захованих продуктів харчування. «В саду ходили, шомполами... Де свіжа земля, шомполами штирхали. Люде закопували хліб, люде ховали» [4, 49]. У фольклорній пам'яті такі образи оживають і викликають глибокі переживання насамперед в оповідача і, безперечно, в слухача.

Події, факти, випадки, емоційно пережиті, залишають глибокий слід у пам'яті, як, скажімо, в оповідачки з Луганщини: «Ой, скільки люду!.. Яке оце було... Ви збуторжили мені пам'ять. Зачну думать: отам були люди — нема, і там були люди, а нема. Вони усі пішли. Оддзвонив голодомор» [4, 151]. І далі вражаюча розповідь про жахливу смерть баби Вовчихи, хлопців Бабенків, про одинадцять померлих душ з однієї сім'ї.

Такі оповідання відзначаються, з одного боку, послідовністю, експресивністю викладу, динамічністю, а з іншого — достовірністю побаченого. Тут підходимо до не менш важливої ознаки оповідань і переказів про голодомор — довіри до розказаного, що в них немає фальші. А таке довір'я обов'язкове для життя традиції, адже традиція є щось перейняте від інших, бо слухач довідався про подію від очевидця — оповідача.

У науковій практиці традиції умовно поділяють на вербальні та невербальні. Вербальна традиція може бути як усною, так і писемною, хоча різниця між ними стосується не стільки самої суті, скільки засобів її передачі — усними чи писемними



формами. Слід підкреслити, що усна традиція повноцінно існує тільки в процесі її функціонування, а це гарантує їй близькість до живого спілкування, народного слова. Оповідь безпосереднього свідка подій голодомору деталізована, значною мірою драматизована. Вона відтворює все, що він робив, що говорив, що робили інші учасники події. Антін Запотоцький із села Пекарі Канівського району Черкаської області так передає картину врятування хлопчика від голодної смерті: «Одна жінка несла хлопчика на кладовище живого. А коло магазину — там жила жінка і чоловік (бездітні вони були). А вона на плечах його несла. Та коли вони до неї дійшли, він ще живий, але так головку повісив за плечі і висить, а очима ще дивиться. А вона, та жінка, питає:

— Куди ви його несете?

А вона каже:

— На кладовище несем, бо вже нема далі чим спасатися, і вже він до вечора не доживе.

А вона просить:

— То ви оддайте мені його.

Та жінка погодилася:

— Возьміть!

А вони як були вдвох з чоловіком, то трошки були зажиточні, то в їх було що їсти. То вона взяла того хлопчика. І вони потрошечку давали їсти, бо багато не можна було давати. Бо якби він наївся, то помер би, а потрошечку. І вони його годували, годували, і він ожив» [4, 116–117].

Існує й інший тип оповідей про голодомор, коли переважає опис події. Таких творів у циклі більшість, коли деталізується ситуація, скажімо, розкуркулення селян — хто і як забирав майно, хто і що їв, рятуючись від голоду. Тут простежується тенденція до відносної стійкості розповіді, до структурної стабільності. Її можна виразити загальною картиною: все забирали, («до чистенька») все, що могли, їли, аби врятуватися від голодної смерті, трупи всюди валялись чи скидали їх до ям без будь-яких християнських обрядів захоронення.

Усну традицію важко повною мірою відобразити на письмі, на те є додаткові, невербальні елементи, напрацьовані тією ж традицією. Вони не існують ізольовано, поза фольклорним текстом, а входять до нього, і потрібні для інтерпретації вербальних елементів чи доповнюють, увиразнюють цей текст. Їх майже не фіксують збирачі, звертаючи увагу головним чином на «голі» записи вербальних текстів, у яких домінує «подієвий фон». Більше того, для повноцінного створення і сприйняття тексту досліджуваного масиву необхідно фіксувати міміку, жести оповідача. Сама тема «диктує» схвильованість розповіді, енергійну жестикуляцію, часте піднесення рук угору (до неба), міміку, яка відображає плач чи його наближення. Оповідачі, передусім жінки, справді суроводжують свої розповіді плачем, який викликаний згадками про ті страшні події. Мешканка села Товстий Ліс на Чорнобильщині не змогла втримати сліз, розповідаючи про смерть батька. Така ремарка поміщена у нашому друкованому джерелі: «Назавтра вже маті, брат і батько їє заперглі коня (був в їх конь іще), поєхалі шукаць. Не найшли. Поєхалі додому. І уна уже знов пушла із братом шукаць, уже з Серожкою своїм. Прішла — а юн лежіць на стежці і так неначе й говорить. Отакіє дощі йшли, як оце зараз. Так йон уже за ноч ізмерз, окулієв і умер (плаче)» [4, 156]. Таким чином, у фольклорному тексті наявні і вербальні, і невербальні компоненти, вони складають органічний синкретичний комплекс.

Через код фольклорної пам'яті розкривається менталітет народу. Не треба забувати, що в кожного народу свій менталітет. Так, скажімо, є народи-воїни, народи-рибалки, народи-скотарі. Українці вважаються хліборобами, хоча це не означає, що

між ними не було людей інших професій. Якраз із землею пов'язується світобачення українця, спосіб життя, його емоційно-образна система. Там, у джерелах людської фантазії, глибинних асоціацій, наголосила сучасна дослідниця К. Фролова, в джерелах мудрості народжується, твориться емоційно-образний каркас ментальності народу, той духовний код неповторного світосприйняття, який передається з покоління в покоління [5, 10]. Зв'язок українців із землею, шанобливе ставлення до неї і до всього сушого на ній виразно постає і з народних оповідань, переказів про голодомори ХХ ст. Мусимо чітко підкреслити, що тема землі, сільського буття з усіма його болями й стражданнями наскрізь традиційна і становить важливу ланку в комунікативному, інформаційному ланцюгу народу.

В основі кожної традиції лежить досвід того суспільного колективу, який володіє нею і підтримує незалежно від того, чи той досвід нагромаджений впродовж століть чи десятиліть. Народна пам'ять про голодомор з погляду часової дистанції здається зовсім невеликою, проте в ній зберігаються вже певні стереотипи, вироблені багато раніше, а також породжені конкретними ситуаціями. Ці ситуації типові, оскільки вони повторюються в межах досліджуваної теми. Вже саму тему можна вважати суцільним стереотипом, моделлю її реалізації, адже вона зафіксована народною, масовою творчістю. Це дозволяє зарахувати її до традиційних, бо вона повторюється більшою чи меншою мірою в кожному конкретному випадку незалежно від хронології подій.

Важливе місце у фольклорній традиції посідає ідейно-образний смисл, який втілюється в художніх творах, і є психологічною дією, без якої немислима творчість. Вона щось виражає і передає людям. У прозі про голодомори домінує установка про насильницьку зміну суспільно-політичних, сімейно-побутових, господарських та інших порядків. Це суперечило ментальності українського етносу, оскільки ним керували споконвічні прагнення до національної і державної незалежності. Конфлікт двох ідей — творення й руйнації, моральності й аморальності, носіями яких відповідно були український народ, з одного боку, а з другого — комуно-більшовицька система, призвів до національної катастрофи. Через різні психологічні, емоційно насичені акти (переживань, страху тощо) у творах розкривається трагічна доля українського народу.

#### Література

1. *Аристотель*. Воспоминание и память // Память и забвение. Дерево истории идей: Собр. текстов в 2-х т. — Х.: Контакт, 2000. — Т. 1. — С. 85–100.
2. *Блонский П. П.* Память и мышление // Блонский П. П. Избр. педагог. и психолог. соч. — М., 1979. — Т. 2. — С. 240–449.
3. *Валльер П.* Традиция // Личность и традиция: Аверенские чтения. — К.: Дух і літера, 2005. — С. 159–203.
4. Українці про голод 1932–1933 / Фольклорні записи Василя Сокола. — Львів, 2003.
5. *Фролова К.* Естетичний аспект фольклорної пам'яті // Збірник наукових праць. — Дніпропетровськ, 1997. — С. 3–11.

Розділ 5.  
**РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ**

УДК 664:633.7

Івашків Л. Я.

**НОВІ НАПРЯМИ ОЗДОРОВЧОГО ХАРЧУВАННЯ  
НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ**

*У статті наголошується на необхідності використання функціональних продуктів та біологічно активних добавок (БАД) до їжі для зміни структури харчування населення в напрямі оздоровлення. Важливо підвищувати свою культуру у сфері знань про харчові продукти та БАД до їжі: із чого вони складаються, які з них корисні для людини, а які — ні.*

Здоров'я, тривалість життя людини, її гармонійний розвиток значною мірою пов'язані з характером харчування. Стародавній вислів — «Ми суть того, що їмо» ще раз підтверджує цей зв'язок. Численні систематичні дослідження, проведені у різних країнах світу в другій половині XX сторіччя, засвідчили про істотне зниження енергозатрат у населення економічно розвинених країн. Наслідком цього стало зменшення загальної кількості їжі, яку споживає сучасна людина. Сьогоднішній раціон може забезпечити людину достатньою кількістю білків, жирів і вуглеводів, але внаслідок невеликого обсягу їжі, цілком задовольнити її потреби в мікронутрієнтах (компонентах, які містяться в їжі у мілі- або мікрограмах) майже неможливо.

Поряд зі зниженням енергозатрат важлива роль серед причин недостатнього споживання мікронутрієнтів сучасною людиною належить таким чинникам, як втрата раціоном різноманітності, зведення його до вузького стандартного набору декількох основних груп продуктів і готових блюд; збільшення споживання рафінованих, висококалорійних продуктів харчування, які містять невелику кількість вітамінів та мінеральних речовин (білий хліб, макаронні, кондитерські вироби, цукор, спиртні напої тощо); зростання в раціоні частки продуктів, підданих консервуванню, тривалому зберіганню, інтенсивній технологічній обробці, що зумовлює значні втрати вітамінів [6].

За розрахунками вчених, навіть якщо скласти ідеальний раціон, розрахований на 2000–2500 ккал у день (середні енергозатрати міських жителів), він буде дефіцитним за більшістю вітамінів [6]. Це є загальною проблемою всіх цивілізованих країн. Проте в нашій країні дефекти харчування посилюються через збільшення техногенного забруднення навколишнього середовища, постійний психологічний стрес та інші шкідливі чинники.

Населення України потерпає від дефіциту вітаміну С, вітамінів групи В, ?-каротину і вітаміну А, мінеральних речовин (кальцію, магнію, заліза, йоду, селену, цинку), поліненасичених жирних кислот, харчових волокон тощо [4]. Шкода від неправильного харчування проявляється поступово. Тому чимало людей ставляться до харчування з недостатньою увагою і серйозністю. Як наслідок, останнім часом зростає рівень захворювання людей на цукровий діабет, гіпертонію, аліментарно-обмінні форми ожиріння, деякі злоякісні пухлини тощо.

Усе це прискорило створення технології харчових продуктів, збагачених есенціальними (незамінними) нутрієнтами. У подальшому їх почали називати фізіологічно-функ-

ціональними або функціональними продуктами. Перші спроби їх створення було зроблено 25 років тому в Японії. Окрім споживчих, вони мають містити функціональні інгредієнти, які позитивно впливають на організм людини, а також дають йому змогу адаптуватись до дії навколишнього середовища, запобігти виникненню захворювань, попередити передчасне старіння організму [10].

Концепція державної політики України передбачає заходи, спрямовані на збереження здоров'я та працездатності населення, подовження тривалості й поліпшення життя громадян, тому актуальною проблемою є розробка, виробництво й регулярне введення в раціон функціональних продуктів харчування та БАД, збагачених цінними біологічно активними речовинами, споживання яких поліпшить стан здоров'я населення.

Обидва ці шляхи не виключають, а скоріше доповнюють один одного, оскільки збагачені продукти харчування, такі, як борошно, хліб, молоко, напої, адресуються всьому населенню або великим його категоріям, що накладає досить жорсткі обмеження на вибір і дозування мікронутрієнтів, якими ці продукти збагачуються [6]. Водночас, як зазначає академік В. Тутельян [9], використання БАД до їжі має індивідуальний характер, що дає змогу ширше варіювати набір і дози активних речовин, які входять до їхнього складу, з огляду на специфічні особливості харчового статусу, потреби й стан здоров'я конкретного індивідуума [9].

Є ще один шлях — вживання продуктів із генно-модифікованих рослин, які мають запрограмовані властивості (наприклад, з підвищеною кількістю білка або вітамінів), але питання про безпеку таких продуктів продовжує обговорюватись [7].

До функціональних продуктів належать:

- збагачені продукти, до яких додали вітаміни, мікроелементи, харчові волокна та інші біологічно активні речовини;
- продукти, з яких вилучили певні речовини, не рекомендовані за медичними показниками (мікроелементи, амінокислоти, лактоза тощо);
- продукти, в яких видалені речовини замінили іншими компонентами.

У зв'язку з цим розроблення функціональних продуктів харчування — це спосіб, який за допомогою сучасних досягнень науки про харчування може змінити склад продукту таким чином, щоб вплинути на стан здоров'я людини, зміцнюючи його шляхом впливу на певні фізіологічні реакції організму [4].

Індустрія продуктів харчування базується на сучасних науково обґрунтованих технологіях і широкому використанні таких харчових мікроінгредієнтів, як харчові добавки та БАД [4]. Існують різні способи виробництва функціональних продуктів: додають нові корисні речовини (риб'ячий жир — у йогурт, висівки — у хліб, йодовану сіль — у продукти), збільшують концентрації наявних (кальцій — у молоко), або зменшують вміст небажаних компонентів (лактози — у молоці). Це здебільшого гібрид харчових продуктів і біологічно активних добавок [10]. Професор Димань Т. у своїй роботі [2] досить вдало класифікує функціональні інгредієнти харчових продуктів тваринного та рослинного походження, враховуючи вміст у них біоактивних компонентів та їхню фізіологічну дію.

Біологічно активні добавки до їжі — це концентрати натуральних або ідентичних натуральним біологічно активних речовин (включаючи есенціальні харчові речовини), які призначені для безпосереднього прийому або введення до складу харчових продуктів з метою їхнього збагачення. За допомогою біодобавок можна досить швидко й легко поповнити дефіцит життєво важливих поживних речовин.

Провідні вчені світу рекомендують широке запровадження біологічно активних добавок до їжі. У Японії БАД з успіхом застосовують вже понад 50 років, у США — понад 20 років (у цій країні зареєстровано майже 30 тисяч БАД), у Росії — близько

10 років і там вже в межах 50 % БАД випускає вітчизняна промисловість. Оскільки близько 80 % населення США та половина населення Європи регулярно споживає БАД в тій або іншій формі, у цих країнах практично зникли хвороби, які породжуються дефіцитом вітамінів, мікроелементів, харчових волокон та інших біологічно активних речовин. За оцінками американських фахівців, витрати на вітаміни тільки в хлібобулочних виробках забезпечують п'яти- чи десятикратну економію на лікування захворювань, що розвиваються на ґрунті авітамінозів. Разом з тим, при вкрай дефіцитному харчовому статусі БАД щодня вживає тільки приблизно 3–5 % мешканців України [1].

Вітчизняна промисловість України випускає близько 7 % БАД, інші імпортуються. За даними щотижневика «Аптека», на ринку України в останні роки зустрічається 500–600 найменувань різних БАД у вигляді твердих (капсули, таблетки, драже, гранули, порошки, чаї, збори, «трави»), рідких (розчини, еліксири, сиропи, «напої», «води», «тоніки», «масла») і інших (жувальні гумки, пасти) форм. За своїм складом вони бувають на основі однієї або декількох натуральних рослин, а також з додаванням продуктів їх переробки (екстрактів, настоїв, сумарних й індивідуальних речовин), що більшою або меншою мірою може характеризувати ступінь їх біологічної повноцінності [5].

БАД найбільш доцільно вживати разом з їжею для кращого їх засвоєння організмом. Денну норму БАД рекомендується вживати в першій половині дня, починаючи з невеликих доз і у разі доброго їх сприйняття організмом поступово збільшувати кількість до денної норми. З метою збереження якості й ефективності БАД їх слід зберігати в темному сухому прохолодному місці впродовж регламентованого терміну, а це, як правило, 1–2 роки [1].

Біологічно активні добавки до їжі поділяють на дві групи: нутріцевтики і парафармацевтики. Нутріцевтики — це БАД, що використовуються для корекції раціону харчування в плані профілактики захворювань з метою ліквідації дефіциту есенціальних речовин в організмі.

БАД-нутріцевтики містять незамінні нутрієнти, серед яких найбільше профілактичне значення мають вітаміни та їх попередники (зокрема, b-каротин); омега-3 та інші поліненасичені жирні кислоти; мікро- і макроелементи (залізо, кальцій, селен, цинк, йод, фтор); окремі амінокислоти; деякі моно- і дисахариди; харчові волокна (целюлоза, пектини тощо).

БАД-нутріцевтики були першими БАД до їжі, у зв'язку з чим ця група є найбільш численною. Створено багато БАД-нутріцевтиків, які використовуються в промислових умовах. Клінічними дослідженнями підтверджено ефективність використання їх як у традиційних продуктах, так і в продуктах функціонального харчування.

Найпоширенішими є комплексні вітамінно-мінеральні БАД, які, крім традиційних вітамінів, містять есенціальні мінеральні речовини і мікронутрієнти в легкозасвоюваній формі.

Дуже поширені БАД, що містять достатньо високі концентрації повноцінних тваринних і рослинних білків. Їх основне призначення — збагачення традиційного раціону білком і незамінними амінокислотами, перш за все лізином. До цих БАД-нутріцевтиків належать такі білкові суміші, як наприклад, «Complete» (Англія), «Diette mini» (Фінляндія), «Nutri-Bev» (США), «Фортоген-50» і «Фортоген-75», «Нутритек», «Гепалін», «Вазаламін» (Росія).

В останні роки особливого значення набули БАД, які є джерелами поліненасичених жирних кислот і фосфоліпідів — «Ейканол», «Ековіт», «Полієн» (Росія), «Mollr's Tran» (Норвегія), «COD LIVER OIL» (Ісландія) та інші.

Важливо зазначити, що до БАД належать лише ті композиції мікронутрієнтів, добове дозування яких не перевищує потрібну величину рекомендованого добового споживання. Аскорбінова кислота та вітамін Е — єдині компоненти БАД до їжі, вміст

яких дозволено перевищувати в 10 разів; це зумовлено їх унікальними специфічними функціями, у тому числі пов'язаними зі зниженням ризику розвитку багатьох поширених порушень здоров'я. Розчинні в жирі вітаміни не рекомендується вживати в кількості, що перевищує 50 % від добової потреби, оскільки вони здатні накопичуватися в складі жирової тканини людини (вітаміни А, D, К) і їхнє надлишкове споживання може негативно вплинути на здоров'я [7].

Переконливо доведеною є ефективність профілактичного застосування БАД, які містять вітаміни, як засобу усунення їх дефіциту у звичайному раціоні, що зміцнює імунітет і поліпшує здоров'я й самопочуття людини. Однаковою мірою це завдання ставиться й до функціональних продуктів, збагачених вітамінами. При цьому набір і дози вітамінів повинні відповідати фізіологічним потребам людини [6].

Важливе значення поряд з вибором біодобавок має обґрунтування кількісного вмісту (дозування) вітамінів та інших біологічно активних речовин, що входять до їх складу. Оскільки реальний дефіцит більшості вітамінів у раціоні сучасної людини зазвичай перебуває в межах від 20 до 50 % від рекомендованої норми споживання, то їхній вміст у БАД, призначених для поповнення цього дефіциту, повинен бути не нижчим від зазначених меж, тобто становити не менше 20–50 % рекомендованої норми споживання цих вітамінів у добовій дозі добавки [6]. Спірічев [6] підкреслює, що наведений інтервал жорстко обмежує нижню, але не верхню межу вмісту вітамінів у БАД.

З наукового погляду, що узгоджується з положеннями, прийнятими в низці країн, функціональні продукти або добавки, вміст у яких тієї або іншої харчової речовини становить менше 20–30 % від середньої добової потреби в ній людини, не можуть бути ефективними джерелами цієї харчової речовини для поповнення її недостатнього надходження зі звичайним раціоном. Відповідно до цього як при збагаченні харчових продуктів, так і при розробці БАД вводити в них есенціальні речовини до рівня, істотно нижчого 20–30 % потреби, неефективно та недоцільно.

Парафармацевтики — це БАД, що використовуються для потенціювання позитивної біологічної дії їжі та показані у превентивному (групи ризику), лікувально-профілактичному (у разі роботи у шкідливих та особливо шкідливих умовах праці) і дієтичному харчуванні. Оскільки парафармацевтики мають не лише профілактичні, й реабілітаційні властивості, їх можна вживати тільки за рекомендацією лікаря або спеціаліста з питань БАД.

Парафармацевтики — це мінорні компоненти їжі — органічні кислоти, біофлавоноїди, кофеїн, біогенні аміни, регуляторні ди- і олігопептиди, деякі олігосахариди і багато інших, так званих натурпродуктів. До цієї ж категорії можуть бути зараховані й БАД, що сприяють зменшенню сумарної енергетичної цінності раціону чи регулюють апетит і знаходять широке застосування у лікуванні та профілактиці ожиріння.

Для БАД існують не тільки кількісні обмеження компонентів. На відміну від закордонних країн, у Росії заборонено використання багатьох компонентів. Зокрема, найважливіші з них: рослини, що містять сильнодіючі, наркотичні, психотропні або отруйні речовини; антибіотики; гормони; будь-які синтетичні аналоги біологічно активних основ лікарських рослин; тканини й органи людини; потенційно небезпечні тканини тварин і продукти їхньої переробки; багато видів мікроорганізмів; певні лікарські рослини (близько 200 найменувань; цей список постійно розширюється) [7].

Проблематичним є зарахування до БАД речовин, яких одержують з природної сировини та використовують для регуляції або стимуляції деяких функцій організму — травної, видільної, секреторної та інших [1]. Оскільки більшість таких БАД містять у своєму складі рослинні компоненти та лікарські рослини, які можуть спричиняти побічні ефекти, актуальною є проблема безпеки БАД. Так, при аналізі безпеки й стандартизації

БАД, до складу яких входить 20 рослин, що найкраще продаються у США (часник, гінкго, ехінацея, женьшень, звіробій, валеріана, расторопша, кава тощо), було встановлено, що вміст діючих речовин цих рослин у БАД (алліцин, гінкголіди, цикорієва кислота, панаксози, гіперіцин та ін.) відрізняється в 5–10 разів. При використанні БАД, що містять ці рослини, спостерігали різні побічні ефекти, у тому числі важкі: кровотечі, кому, інфаркт міокарда [3:11].

У Росії виділили в окремий список лікарські рослини, заборонені до використання в монокомпонентних БАД, тобто тих, що складаються з одного компонента (наприклад, гінкго білоба, йохимбе, женьшень, аралія висока, елеутерокок колючий, тобто стимулюючих (тонізуючих) лікарських рослин, які широко застосовуються в медичній практиці) [3]. Рослини зазначеної групи мають виражені побічні ефекти: підвищення артеріального тиску, порушення сну, зміни серцевого ритму, гіпертермія, гіпоглікемія, вагінальні кровотечі та ін. Протипоказами для прийому ліків із цих рослин є: гіпертонічна хвороба, стенокардія, порушення мозкового кровообігу, підвищена нервова збудливість та інші. Тому варто враховувати, що деякі рослинні компоненти БАД можуть зумовлювати важкі побічні ефекти з боку центральної нервової системи, печінки, нирок, системи крові.

Зазначені вище рослини заборонені для використання в якості монокомпонентних БАД, але вони можуть входити до складу полікомпонентних добавок у добових дозах, що становлять не більше 50 % від разової терапевтичної дози, тому небезпека розвитку характерних для «тонізуючих» рослин побічних ефектів істотно знижується. На етикетках БАД, які містять тонізуючі речовини, обов'язково повинен бути попереджувальний напис [3]. Кратність і тривалість прийому таких БАД не повинні бути більші, ніж лікарських препаратів, які випускають на основі цих рослин. У Росії це положення реалізовано й при експертизі БАД. Воно стосується також всіх інших лікарських рослин, які використовують у складі БАД до їжі [8]. Якщо до складу БАД входить три і більше рослин з тонізуючими властивостями, такі продукти обов'язково повинні бути досліджені на токсичність та ефективність [7].

Токсичність БАД рослинного походження може бути пов'язана як з їхньою контамінацією патогенними мікроорганізмами, радіонуклідами, важкими металами, пестицидами, так і зі здатністю біологічно активних сполук, що містяться в рослинній сировині, при підвищених рівнях їхнього надходження в організм спричинювати небажані побічні ефекти [8].

Більшість вхідних до БАД рослинних компонентів, що входять до БАД, зумовлюють незначні побічні ефекти (алергічні реакції, нудоту, подразнення й порушення перистальтики шлунково-кишкового тракту, головний біль тощо), які не мають небезпеки для організму та зазвичай минають при скасуванні прийому БАД. Побічні ефекти переважно зумовлені індивідуальною чутливістю до компонентів БАД, тому цей елемент протипоказів також завжди входить до напису на етикетці.

Якщо оцінку безпеки БАД, що містять рослинні компоненти, проводити за критерієм користь-ризик, то використання БАД як джерела флавоноїдів, поліфенолів, пігментів та інших сполук є виправданим, тільки якщо вони не роблять побічних ефектів при тривалому застосуванні (за рекомендованим інструкцією максимальним курсом прийому БАД), а добова доза флавоноїдів, що надходять за рахунок БАД, не перевищує адекватного рівня споживання [3].

Отже, найбільш реальним є підвищення безпеки БАД за рахунок введення в інструкцію з їх застосування рекомендацій щодо обмеження дозувань і курсу прийому БАД. В окремих випадках в інструкції, імовірно, необхідно докладно зазначати можливі побічні ефекти рослин, що входять до складу БАД.

Нині на ринку України реалізується декілька сотень різних БАД вітчизняного та імпортного виробництва. Загальна схема експертизи БАД, передуючи їх практичному запровадженню, передбачає ідентифікацію основних діючих компонентів, визначення хімічного складу, санітарно-хімічних і санітарно-мікробіологічних показників безпеки, токсикологічну оцінку, що включає аналіз загальної токсичності і, за необхідності, віддалених ефектів, а також попередню оцінку ефективності застосування в експерименті на тваринах і, врешті решт, вивчення клінічної ефективності в натурних спостереженнях в умовах лікувально-профілактичних установ [1].

Отже, дуже важливо підвищувати культуру населення в галузі знань про те, з чого складаються харчові продукти, які з них корисні для конкретної людини, а які ні, чим небезпечний той або інший харчовий дефіцит й як його ліквідувати. Збагачення харчових продуктів мікронутрієнтами — це серйозне втручання в традиційну структуру харчування людини, його необхідність зумовлена об'єктивними змінами стилю життя сучасної людини, набору та харчової цінності продуктів харчування, що використовуються. За допомогою БАД-нутрієнтів можна досить швидко й легко поповнити дефіцит життєво важливих поживних речовин. БАД-парафармацевтики можна вживати лише за рекомендацією лікаря та особливо обережно слід ставитись до вживання БАД на основі рослинної сировини. Обов'язковою умовою при їх використанні є відсутність будь-яких побічних ефектів.

#### Література

1. Ванханен В. В., Ванханен В. Д., Ципріяні В. І. Нутріціологія: Підручник. — Донецьк: Донеччина, 2001. — 474 с.
2. Димань Т. Функціональні продукти: користь і здоров'я // Харчова і переробна промисловість. — 2006. — № 8–9. — С. 24–25.
3. Кукуєв В. Г., Булаєв В. М., Сычев Д. А., Ших Е. В. К проблеме безопасности биологически активных добавок к пище, содержащих компоненты растительного происхождения // Вопр. питания. — 2005. — № 4. — С. 22–26.
4. Пересічний М., Федорова Д., Кандалей О. Функціональне харчування: теорія та практика // Вісн. КНТЕУ. — 2005. — № 2. — С. 96–105.
5. Спиридонов С. В., Чуєшов В. І., Спиридонов В. М., Дмитрієвський Д. І. Біологічно активні добавки, їх актуальність, проблеми створення // Фітотерапія. Часопис. — 2006. — № 1. — С. 23–25.
6. Спиричев В. Б. Биологически активные добавки как дополнительный источник витаминов в питании здорового и больного человека // Вопр. питания. — 2006. — № 3. — С. 50–59.
7. Суханов Б. П., Керимова М. Г. Биологически активные добавки к пище: законодательная и нормативная база. Сообщение 2 // Вопр. питания. — 2004. — № 6. — С. 40–42.
8. Тутельян В. А., Суханов Б. П., Эллер К. И. и др. Биологически активные добавки к пище и лекарственные средства растительного происхождения. Оценка безопасности и стандартизация // Вопр. питания. — 2004. — № 5. — С. 32–37.
9. Тутельян В. А. // Вопр. питания. — 1996. — № 6. — С. 3–11.
10. Черевко О., Головка М. Функціональні харчові продукти, збагачені біоорганічними сполуками кальцію, дають змогу розв'язати ряд соціальних та народногосподарських проблем // Харчова і переробна промисловість. — 2006. — № 6. — С. 18–19.
11. De Smet P.G. // Ibid. — 2004. — Vol. 76. — P. 1–17.



УДК 630\*907.9

Кульчицька Е. А.

## СТРУКТУРА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ДЕРЖАВНИХ ЛІСОВИХ ГОСПОДАРСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*У статті висвітлюються шляхи ефективного використання державних лісів в якості рекреаційно-туристичних ресурсів Львівської області з метою подальшої активізації туристичної індустрії в цьому регіоні.*

В останні десятиріччя проблема використання лісових насаджень в рекреаційно-туристичних цілях набула виключної актуальності, оскільки подальший розвиток лісозаготівельної діяльності може загострити екологічну ситуацію, що забиратиме і без того обмежені ресурси. Одним із заходів більш ефективного використання рекреаційних лісових ресурсів останнім часом називають реалізацію лісогосподарськими об'єктами власних можливостей для розвитку рекреаційно-туристичного господарства [1:175].

Проблемі використання рекреаційно-туристичних ресурсів, у тому числі рекреаційного використання лісів, присвячені наукові праці Р. Возняка, С. Генсірука, В. Кравців, М. Нижник, М. Нудельмана, В. Павлова, А. Тарасова, О. Бейдика, М. Копача, С. Кузика, В. Середіна, В. Парпана, Е. Шеффера, В. Чижової, Н. Казанської, І. Родічкіна, А. Амоши та ін. У багатьох із них відзначається, що в деяких випадках рекреаційні та санітарно-оздоровчі функції лісів для суспільства набагато цінніші, ніж деревинна продукція лісу, а економічна оцінка лісів у зоні інтенсивної рекреації може в десятки разів перевищувати вартість вирощеної в них деревини [3]. Багато курортів зобов'язані своїм існуванням саме довколишнім лісам. Однак недостатня увага в зазначених працях приділена дослідженню структури рекреаційно-туристичних ресурсів державних лісогосподарських підприємств. Метою нашого дослідження є аналіз структури рекреаційно-туристичних ресурсів державних лісогосподарських підприємств Львівської області, що дозволить розробити найбільш ефективні напрями розвитку їх рекреаційно-туристичної діяльності.

Станом на 1.01.2006 року площа лісових угідь Львівської області складає 683 тис. га [Ліспроект], що становить близько 32 % території області та 6,6 % площі лісів України. З них ліси, які є у віданні державних лісогосподарських підприємств, займають площу 478,322 тис. га (70 %), у тому числі 427,151 тис. га вкритих лісом.

Ліси на території області розташовані нерівномірно і зосереджені головним чином у гірській частині, де лісистість досягає до 60 %. У передгір'ї та рівнинній частині відсоток лісистості коливається від 12 до 34 % [Львівліс]. Разом з тим, ліси, користувачами яких є державні лісогосподарські підприємства, зосереджені більше у рівнинній частині області (69,2 %) і тільки 30,8 % у гірській. При цьому лісистість держлісфонду гірської і рівнинної частини майже однакова (90,1 % і 88,9 % відповідно). Львівщина особлива тим, що тут зростають ліси, притаманні всім природним зонам України: бори Малого Полісся, букові ліси на Опіллі, діброви на Прикарпатті, ялицево-буково-смерекові ліси Карпат. Саме тому ліси Львівщини унікальні.

За господарським призначенням державні ліси поділяються на дві групи. Розподіл земель державного лісового фонду Львівської області за групами лісів відображений на рис. 1.

Ліси першої групи займають 207,273 тис. га (43,8 % загальної площі земель ДЛФ). Це основний вид лісів рекреаційного використання. Лісогосподарські заходи, які здійснюються в цій групі лісів, спрямовані на поліпшення якості і продуктивності насаджень. Проведення вирубок у лісах цієї групи обмежене. З рис. 1 видно, що всі ліси ДП «Львівське ЛГ» та НПП «Сколівські Бескиди» відносяться до 1-ої групи. Площа першої

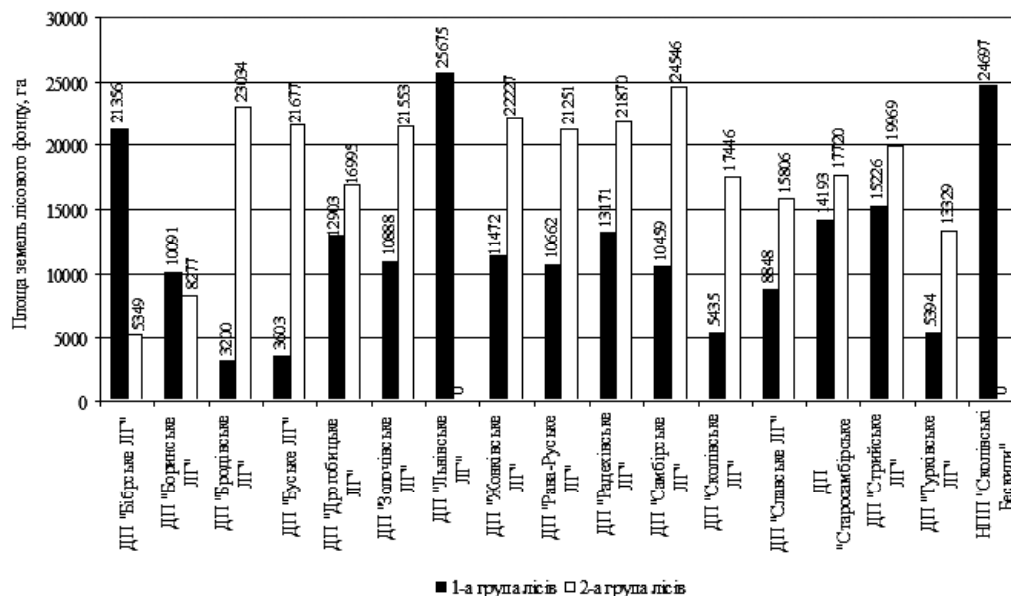


Рис. 1. Розподіл земель лісового фонду підприємств Львівського ОУЛГ за групами лісів станом на 1.01.2006 р.

групи лісів переважає також у ДП «Бібрське ЛГ» (80 %) та ДП «Боринське ЛГ» (55,3 %). Структура 1-ої групи лісів державних лісгосподарських підприємств Львівської області відображена на рисунку 2, з якого видно, що 60 % лісів 1-ої групи — це ліси, що виконують переважно санітарно-гігієнічні та оздоровчі функції. До них відносяться 109917 га лісів зелених зон навколо населених пунктів і промислових підприємств (89 %), 9528 га лісів зон округів санітарної охорони лікувально-оздоровчих територій (8 %) та 3319 га лісів населених пунктів (3 %).

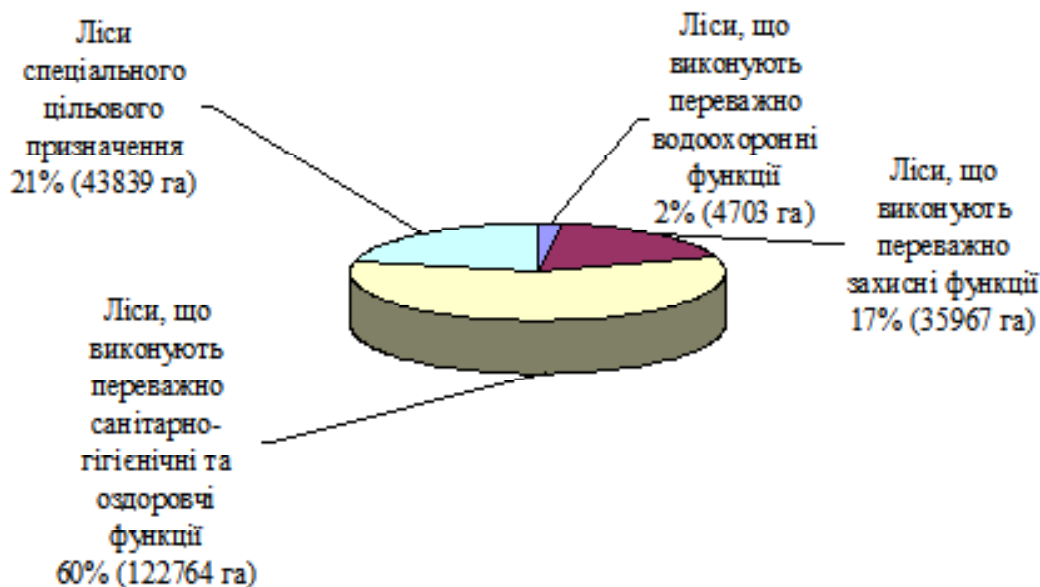


Рис. 2. Розподіл земель держлісфонду Львівської області за категоріями захисності у розрізі першої групи станом на 1.01.2006 р.

Розподіл загальної площі рекреаційних лісів за функціональними зонами згідно з даними останнього лісовпорядкування відображено на рис. 3. Як бачимо найбільша частка рекреаційних лісів припадає на зону екстенсивної рекреації, яка характеризується низьким рекреаційним навантаженням (I стадія дигресії).

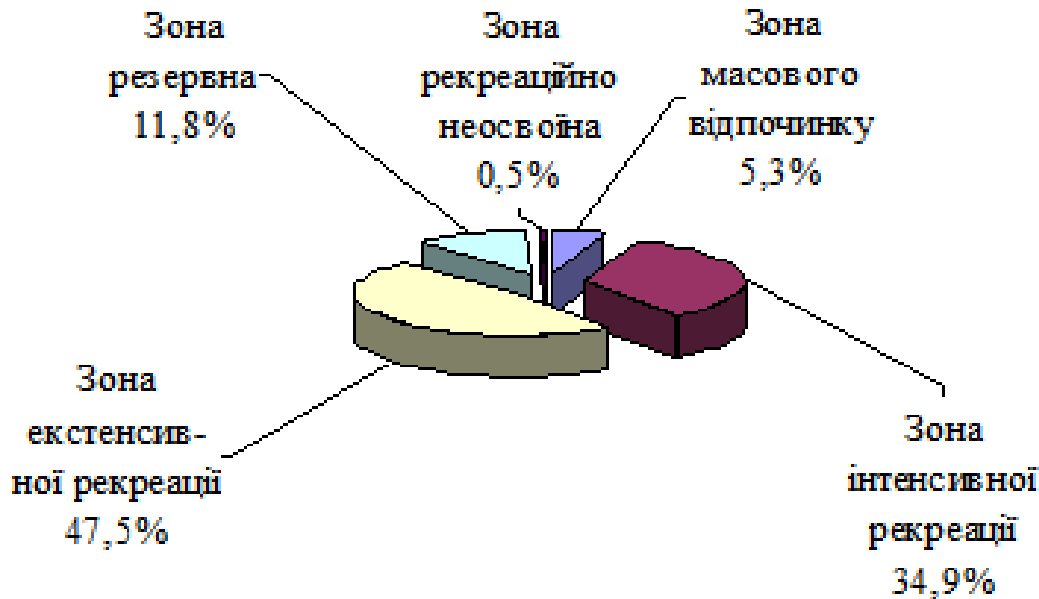


Рис. 3. Розподіл загальної площі рекреаційних лісів держлісфонду Львівської області за функціональними зонами

Ліси другої групи займають 271,049 тис. га, з яких 211,791 тис. га можливі для експлуатації. Ліси другої групи є основним джерелом деревини області, однак, частково можуть виконувати й рекреаційні функції.

В оцінці лісів і лісових територій для потреб рекреації основними показниками є породний склад лісонасаджень і їх вікова структура. Від біологічних особливостей деревної породи або поєднання різних рослинних угруповань і кущових порід залежать певною мірою мікроклімат ділянки і рекреаційний комфорт [2:43]. У держлісфонді Львівської області найпоширенішими є хвойні породи (44,6 %), друге місце займають твердолистяні (46,7 %) та м'яколистяні (8,6 %). Щодо фітонцидних властивостей лісів, то варто зазначити, що в зоні дії дуба спеціалістами було виявлено на 45 % менше кишкової палички порівняно із контрольною зоною, яка позбавлена фітонцидів; у зоні ялини — на 58 %, а в зоні сосни — колонії палички повністю загинули. Високу фітонцидність має дуб, лісовий горіх, а також береза та клен. Серед хвойних насаджень найбільша частка належить сосні (49 %) та ялині (29 %), серед твердолистяних — дубу (47,3 %) та буку (45,8 %), а серед м'яколистяних найбільшу частку займають насадження вільхи (71,2 %). Усі ліси мають природну іонізацію. Кількість іонів залежить від складу насаджень, особливо велика їх кількість у соснових та листяних лісах, а також у мішаних лісах за участю сосни. Іонотерапія рекомендується на початкових стадіях гіпертонії, при бронхіальній астмі, катарі верхніх дихальних шляхів, при ранах, що погано загоюються, трофічних виразках, опіках тощо. Максимальна кисневогенеруюча здатність у середньовікових насаджень [6:34]. Частка середньовікових насаджень держлісфонду області становить 49,5 %, а у лісах першої групи — 63,2 %.

Задоволення попиту на екотуризм та успіх розвитку екотуризму залежать від якості навколишнього середовища, оскільки туристами цінується саме її первозданність. У зв'язку з цим особливе місце займають території та об'єкти природно-заповідного фонду. Рекреаційна діяльність тут допускається тільки в тих місцях і в тому обсязі, який гарантує збереження цінних природних комплексів. Однією з основних форм охорони природи є заповідна, яка полягає в охороні та збереженні тих об'єктів природи, які інтенсивно не використовуються у господарстві і мають наукове, естетичне та культурне значення. До таких об'єктів належать заповідники, заказники, заповідні урочища, пам'ятки природи тощо. До природознавчого фонду (ПЗФ) державних лісгосподарських підприємств області належать національний природний парк, дендрологічний парк, регіональний ландшафтний парк, а також парки — пам'ятки садово-паркового мистецтва, одним з завдань яких є «...створення умов для організованого туризму, відпочинку та інших видів рекреаційної діяльності в природних умовах з додержанням режиму охорони заповідних природних комплексів і об'єктів» [4, ст. 20, 23, 33, 37]. Водночас час, надходження НПП «Сколівські Бескиди» від продажу деревини, у тому числі на експорт, значно перевищують надходження від рекреаційно-туристичної діяльності. Наприклад, у 2004 році надходження тільки від експорту деревини становили 756,6 тис. грн., а від надання рекреаційно-туристичних послуг — 12,5 тис. грн., у той час як доходи державних лісгосподарських підприємств Криму від рекреаційної діяльності у 2003 році становили понад 1 млн. грн.

Структура природно-заповідного фонду державних лісгосподарських підприємств Львівської області відображена на рис. 4.

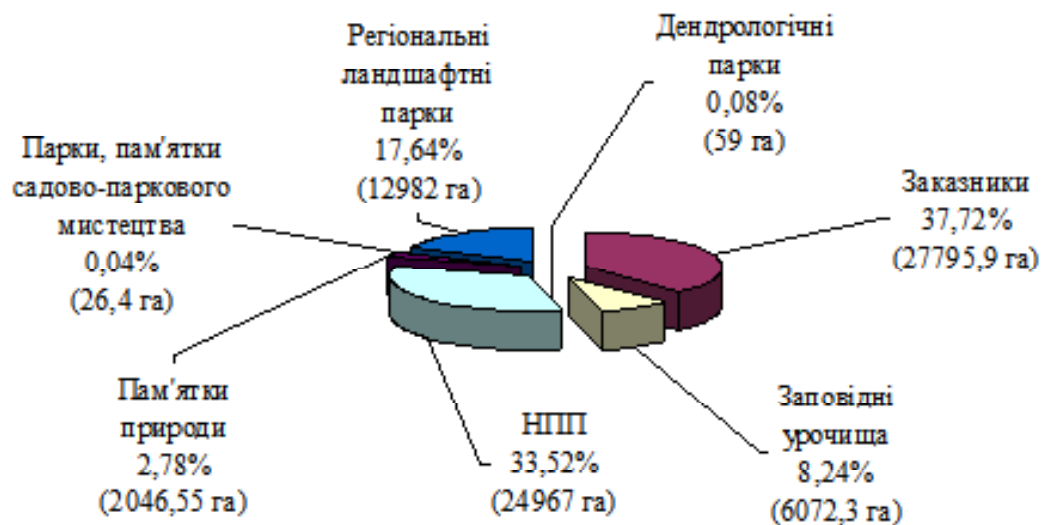


Рис. 4. Структура природно-заповідного фонду державних лісгосподарських підприємств Львівського ОУЛГ станом на 1.01.2006 р.

32,3 % ПЗФ державних підприємств області знаходяться у рівнинній зоні, а 67,7 % ПЗФ — у гірській. Найбільший відсоток заповідності спостерігається на ДП «Львівське ЛГ» (41,8 % земель лісового фонду підприємства), ДП «Боринське ЛГ» (37,3 %), ДП «Старосамбірське ЛГ» (27,1 %), ДП «Славське ЛГ» (20,2 %), ДП «Радехівське ЛГ» (13,7 %), ДП «Стрийське ЛГ» (13,5 %) та ДП «Сколівське ЛГ» (10,3 %). На решта державних лісгосподарських підприємств частка заповідних територій становить менше 10 %, а найменша — на ДП «Жовківське ЛГ» (0,3 %).

Для розвитку мисливського туризму велике значення має наявність мисливських ресурсів. Площа мисливських угідь області станом на 1.01.2006 р. становить 1752,3 тис. га, які закріплені за багатьма користувачами. Однак основна частка мисливських угідь Львівської області припадає на підприємства Львівського обласного управління лісового господарства (колишнє державне лісгосподарське об'єднання (ДЛГО) «Львів-ліс») (563,0 тис. га) та Українське товариство мисливців і рибалок (УТМР) (420,5 тис. га). Фактична чисельність основних видів мисливської фауни в угіддях Львівського ОУЛГ станом на 1.01.2006 р., на жаль, далека від оптимальної (табл.).

Враховуючи значення оптимальної та фактичної чисельності мисливських тварин, на кожний мисливський сезон встановлюються ліміти їх добування. Однак самі ліміти є невисокими. Найбільші вони у 2005 році встановлені у ДП «МГ «Стир» (6 оленів благородних, 26 козуль, 29 кабанів, 13 куніць та 9 бобрів). В інших господарствах ліміти добування є в межах 2–15 тварин у рік залежно від господарства та виду мисливської тварини.

Таблиця

**Фактична та оптимальна чисельність основних видів мисливської фауни в угіддях Львівського ОУЛГ станом на 1.01.2006 р.**

Основні види мисливської фауни	Кількість тварин		Фактична до оптимальної, %
	фактична	оптимальна	
Лось	39	186	21
Олень благородний	873	1591	55
Кабан	1106	1088	102
Козуля	4200	5368	78
Заєць-русак	15193	21136	72

Отже, для розвитку мисливського туризму необхідно інтенсифікувати зусилля господарств з доведення кількості тварин до їх оптимального рівня. Однак, як показує світовий досвід, використання деяких тварин як об'єктів екотуризму набагато ефективніше, ніж їх утилітарне використання. Так, дослідження, проведені в національному парку Кенії показали, що один приручений для показу туристам лев протягом свого життя приносить прибуток в 15 тис. доларів США, в той час як використання його як об'єкта полювання дає лише 8,5 тис. доларів [5:37]. На нашу думку, такий розвиток екотуризму особливо привабливий для тих мисливських господарств, в яких заборонено добування мисливських тварин у зв'язку з їх низькою чисельністю, або території яких входять до природно-заповідного фонду. Таку практику вже започаткували у Карпатському НПП, де у вольєрах Яремчанського лісництва розводять оленів та кабанів для показу туристам. Кількість відвідувачів вольєрів у 2005 році порівнянно з 2003 роком зросла у 5,5 раза (з 9641 особи до 53378 осіб) та в 1,6 раза порівнянно з 2004 роком (з 33058 осіб до 53378 осіб). Рекреаційна зона біля вольєрів обладнана для короткотермінового відпочинку.

Проаналізувавши природні рекреаційно-туристичні умови та ресурси лісгосподарських підприємств, можна зробити висновок, що вони володіють надзвичайно сприятливим потенціалом для розвитку рекреаційно-туристичної галузі. Однак зростаюче навантаження на ліс ставить перед лісовими підприємствами низку проблем, пов'язаних як з кращою організацією відпочинку, так і з захистом лісу від руйнування. Тому актуальною і перспективною залишається розробка еколого-економічних засад розвитку рекреаційно-туристичної діяльності. Зокрема, невідпрацьованим залишається механізм визначення рекреаційної місткості території та допустимого рекреаційного навантаження, а також механізм контролю та регулювання цього навантаження.

Наступним етапом в обґрунтуванні доцільності розвитку рекреаційно-туристичного господарства як одного з напрямів диверсифікації лісових підприємств та визначенні основних напрямів розвитку рекреаційно-туристичної діяльності, при яких досягнення поставлених цілей стане можливим з мінімальним ризиком і з більшою визначеністю, має бути проведення маркетингових досліджень ринку рекреаційно-туристичного продукту, оскільки в системі ринкової економіки напрями діяльності будь-якого підприємства визначає споживач.

#### Література

1. Дейнека А., Копач М. Проблеми і перспективи рекреаційного використання лісів Львівської області // Регіональна економіка. — 2001. — № 2. — С. 171–175.
2. Павлов В. І., Черчик Л. М. Рекреаційний комплекс Волині: теорія, практика, перспективи: Монографія. — Луцьк: Надстир'я, 1998. — 124 с.
3. Косова Л., Трещевский Ю. Об организации рекреационного пользования лесом // Лесное хозяйство. — 1981. — № 8. — С. 60–61.
4. Про природно-заповідний фонд: Закон України від 16.06.1992 року.
5. Костюшин В. А. Воздействие рекреации на живую природу. — К.: Нац. екол. центр Украины, 1997. — 42 с.
6. Тарасов А. И. Рекреационное лесопользование. — М.: Агропромиздат, 1986. — 176 с.

УДК 338.48.53.331

Саницька А. О., Ташак М. С.

## ЕНЕРГОВИТРАТИ ТА ФІНАНСОВІ ЗАТРАТИ СТУДЕНТІВ У ТУРИСТСЬКОМУ ПОХОДІ

*У статті піднімається проблема організації добового раціонального харчування студентів у нескладних багатоденних піших походах. Методом лінійного програмування знайдено оптимальний розв'язок поставленої задачі.*

З давніх часів люди розуміли значення харчування для організму. Видатний вчений Сходу Абу Алі Ібн Сіна (Авіценна) вважав їжу джерелом здоров'я, сили, бадьорості. Відомий біолог І. І. Мечников переконував, що при раціонального харчування людина може прожити 120–150 років. Це пояснюється тим, що при збалансованому харчуванні з їжею в організм надходить понад 50 різних речовин органічної і неорганічної природи, які сприяють виконанню їжею різноманітних функцій у процесі життєдіяльності організму. Функції їжі [8] такі:

Функція	Властивості нутрієнта
Енергетична	Виділення енергії в процесі метаболізму
Пластична	Побудова клітин, тканин і органів
Біорегуляторна	Регуляція метаболічних процесів
Пристосувально-регуляторна	Регуляція функціональної діяльності систем органів
Імунорегуляторна	Вплив на імунокомпетентні клітини
Реабілітаційна	Лікувальні (фармакологічні) властивості есенціальних нутрієнтів у разі їхнього зменшення або збільшення у раціоні
Мотиваційно-сигнальна	Регуляція харчової мотивації

Необхідну кількість енергії організм отримує внаслідок перетворення білків, жирів та вуглеводів (БЖВ). Нагадаємо, що енергетичну функцію їжі забезпечують переважно хлібобулочні, макаронні, круп'яні, кондитерські вироби, картопля, цукор, жири і жиромісні продукти [1].

Оновлення клітин і тканин відбувається за умов постачання організму пластичних речовин, перш за все білків, меншою мірою — жирів і вуглеводів, а також мінеральних речовин. Забезпечують цими речовинами живий організм переважно м'ясні, рибні, молочні та яєчні продукти.

З білків, вітамінів та мікроелементів овочів, фруктів, ягід, яєць птахів тощо у тканинах організму утворюються біологічні регулятори обміну речовин — ферменти і гормони.

Пристосувально-регуляторна діяльність таких важливих систем організму як харчування, виділення і терморегуляції, забезпечується харчовими волокнами, на які багаті хліб житній і пшеничний з борошна грубого помелу, різні крупи, картопля, овочі та фрукти.

Від якості харчування, зокрема, його білкового та вітамінного складу, вмісту есенціальних жирних кислот родини омега-3 і -6 та мікроелементів (залізо, цинк, йод тощо) залежить здатність організму протистояти дії ушкоджувальних чинників (біологічних, хімічних і фізичних).

З їжею в організм потрапляють смакові речовини, які сприяють підтриманню на належному рівні харчової мотивації («апетиту»). Джерелами таких речовин є цибуля,

часник, петрушка та інші пряні овочі. Академік І. Павлов писав, що нормальна і корисна їжа — це та, яка споживається з апетитом, з відчуттям насолоди [8].

У природі не існує ідеальних продуктів харчування, які б містили комплекс усіх харчових речовин, необхідних людині (винятком є тільки материнське молоко). Умовно харчові продукти поділяють на 4 основні групи: 1-а — енергетичного призначення; 2-а — пластичного призначення; 3-я — біорегуляторного, пристосувально-регуляторного, захисно-реабілітаційного призначення; 4-а — сигнально-мотиваційного призначення. Харчовий раціон повинен забезпечуватися певною кількістю продуктів кожної з цих груп, які доповнюватимуть один одного необхідними компонентами. Тривала відсутність у раціоні будь-якої групи продуктів призводить до порушення обміну речовин і діяльності різних органів та систем. Незалежно від різновиду (раціональне, превентивне, лікувально-профілактичне, дієтичне), харчування різних вікових і професійних груп населення базується на вченні про функції їжі, а також на виконанні певних загальних фізіологічних вимог до харчового раціону, режиму харчування та умов прийому їжі.

Успішність туристського походу значною мірою залежить від харчування, адже на свіжому повітрі, за оптимального фізичного навантаження і позитивних емоцій обмінні процеси активізуються, витрата енергії збільшується. Тому керівникам необхідно потурбуватись про виконання згаданих вище вимог до організації харчування і обов'язково врахувати специфіку туристського походу (тривалість, складність маршруту, сезонність, погодні умови тощо).

Розглянемо нескладні багатоденні піші походи (класифікація за [6]), в яких найчастіше беруть участь студенти, з метою допомогти організаторам таких походів правильно скласти добовий раціон харчування його учасників з урахуванням допустимих вагових навантажень [6; 9] при мінімальних фінансових затратах.

Ідеальним вважається харчування, під час якого надходження в організм харчових речовин відповідає їхнім витратам. В умовах походу забезпечити потребу організму в усіх необхідних речовинах практично нереально. Неможливість тривалого зберігання, обмеженість транспортування, особливості термічної обробки продуктів у нестационарних умовах у поєднанні з необхідністю швидкого приготування їжі зумовлюють переважне використання консервованих, концентрованих і сушених продуктів, що за вмістом окремих поживних речовин, наприклад вітамінів, відрізняються від свіжих. Однак за правильно складеного раціону харчування з використанням вказаних продуктів можна компенсувати енергетичні витрати організму та звести до мінімуму дефіцит окремих необхідних нутрієнтів.

Для побудови добового оптимального раціону харчування студентів у нескладному багатоденному пішому поході в умовах, близьких до звичайних, слід орієнтуватись на певну добову норму витрат енергії [2].

Розглянемо вікову категорію 18–29 років, до якої належать студенти. Для жінок середньої ваги 65 кг та чоловіків середньої ваги 70 кг [4; 5] добові енерговитрати без фізичної активності становлять відповідно 1450 і 1750 ккал [2]. Під час здійснення пішого походу енерговитрати зростають у 2,2 раза (коефіцієнт фізичного навантаження) [2] і становлять 3200–3850 ккал.

Якщо добові енерговитрати становлять більше 3000 ккал, то потреба у білках складає 11 % від добових енерговитрат, жирах — 25 %, вуглеводах — 64 % [2; 8].

Розрахуємо мінімальну добову потребу БЖВ учасників походу (за даними табл. 1):

$$3200 \text{ Дж}, 11:4=88,0 \text{ (г)} \text{ — білків;}$$

$$3200 \text{ Дж}, 25:9=88,9 \text{ (г)} \text{ — жирів;}$$

$$3200 \text{ Дж}, 64:4=512,0 \text{ (г)} \text{ — вуглеводів.}$$



Таблиця 1

## Енергетична цінність білків, жирів і вуглеводів

Речовина	Енергетична цінність під час окиснення в організмі (обчислення за Етуотером)	
	кДж/г	ккал/г
Білки	16,74	4
Жири	37,66	9
Вуглеводи (що засвоюються)	16,74	4

Отож, дотримано збалансованості за масою основних харчових речовин (БЖВ) — 1:1:5,8 [2].

Поділимо умовно основні продукти харчування [6] на дві групи  $P_1$  і  $P_2$  за вмістом вуглеводів як основного джерела компенсації енерговитрат організму. Знайдемо сумарний вміст БЖВ у кожній групі (табл. 2).

Вміст БЖВ в одиниці продуктів групи  $P_1$  і  $P_2$  подано в табл. 3.

Вартість одиниці продуктів (1кг) групи  $P_1$  становить 13,29 грн., а групи  $P_2$  — 13,18 грн. (табл. 4).

Поставимо задачу: організувати так харчування учасників походу, щоб організм одержав не менше добової норми БЖВ при найменших фінансових затратах.

Позначимо через  $x_1$  — кількість продуктів групи  $P_1$  (кг),  $x_2$  — кількість продуктів групи  $P_2$  (кг), які слід ввести в добовий харчовий раціон.

Тоді вміст поживних речовин у цих продуктах повинен бути не меншим від добової норми, тобто:

$$\begin{aligned} 0,116x_1 + 0,066x_2 &= 0,088; \\ 0,421x_1 + 0,050x_2 &= 0,089; \\ 0,024x_1 + 0,494x_2 &= 0,512. \end{aligned} \quad (1)$$

Природно, що кожна з величин  $x_1, x_2$  не може бути від'ємною:

$$x_1 \geq 0, \quad x_2 \geq 0 \quad (2)$$

При цьому загальна вартість придбаних продуктів складає:

$$F(x_1, x_2) = 13,29x_1 + 13,18x_2 \quad (3)$$

Питання про найдешевший і найприйнятніший за мінімальними нормами раціон приводить до наступної математичної задачі: знайти розв'язок, який задовольняє умови (1)–(2) і надає функції затрат  $F(x_1, x_2)$  найменшого значення.

Це типова задача лінійного програмування [7]. Розв'яжемо її геометричним методом і проведемо необхідний аналіз.

Кожна з нерівностей (1)–(2) задає на площині півплощину з відповідною граничною прямою. Тому будемо прямі

$$0,116x_1 + 0,066x_2 = 0,088 \quad (I),$$

$$0,421x_1 + 0,050x_2 = 0,089 \quad (II),$$

$$0,024x_1 + 0,494x_2 = 0,512 \quad (III)$$

і визначаємо півплощину, яку задає кожна з нерівностей. Розв'язком системи нерівностей (1)–(2) є область  $Q$ . Для визначення оптимального розв'язку будемо лінію рівня  $13,29x_1 + 13,18x_2 = 0$  ( $F$ ) і пересуваємо її у напрямку нормального вектора  $(1,329; 1,318)$ .

Таблиця 2

## Склад і калорійність основних продуктів

№ з/п	Продукти	Вміст БЖВ (у 100 г продукту)			Калорійність (на 100 г продукту)
		білки	жири	вуглеводи	
П <sub>1</sub>					
1	М'ясо тушковане (яловичина)	25,0	12,8	0,5	223
2	Сало (копчене, солоне)	1,8	78,6	0	739
3	Паштет м'ясний	10,7	12,6	3,1	174
4	Ковбаса напівкопчена	14,5	31,1	0,1	349
5	Сардина консервована в томаті	18,0	12,0	4,0	196
6	Масло вершкове	0,5	79,3	0,5	742
7	Олія	0	99,8	0	700–900
8	Сир (плавлений, твердий, копчений)	19,2	27,2	3,4	348
9	Яйце куряче, варене	12,9	11,6	0,8	160
10	Горіхи волоські	13,6	56,0	11,7	621
Всього в 1000 г		116,2	421,0	24,1	4252
П <sub>2</sub>					
1	Хліб житній	4,7	0,7	39,2	187
2	Сухарі пшеничні	10,5	1,2	68,5	335
3	Макаронні вироби	9,6	0,8	71,2	338
4	Крупи	7,7	1,7	68,9	321
5	Супові концентрати	6,5	8,0	69,0	374
6	Картопля	1,7	0	20,0	86
7	Часник	5,4	0	21,6	115
8	Цибуля	2,0	0	8,9	44
9	Молоко згущене з цукром	7,1	8,6	54,9	334
10	Цукор	0	0	98,9	406
11	Карамель льодяникова	0	0	89,2	357
12	Шоколад молочний	6,9	39,9	44,2	556
13	Сухофрукти	3,0	0	62,0	260
14	Кава	13,9	14,4	15,8	223
15	Чай	20,0	0	8,5	99
Всього в 1500 г		99,0	75,3	740,8	4035

Таблиця 3

Вміст БЖВ в одиниці продуктів груп П<sub>1</sub> і П<sub>2</sub>

Поживні речовини	П <sub>1</sub> , кг	П <sub>2</sub> , кг
Білки	0,116	0,066
Жири	0,421	0,050
Вуглеводи	0,024	0,494

Таблиця 4

Вартість продуктів груп  $\Pi_1$  і  $\Pi_2$  (станом на травень 2007 р.)

№ з/п	Продукти	Вартість (100 г), грн.
$\Pi_1$		
1	М'ясо тушковане (яловичина)	1,46
2	Паштет м'ясний	1,16
3	Сало копчене, солоне	1,50
4	Ковбаса напівкопчена	2,20
5	Сардина в томатному соусі	1,40
6	Сир (плавлений, твердий, копчений)	2,00
7	Яйця варені	0,50
8	Масло вершкове	1,00
9	Олія	0,57
10	Горіхи волоські	1,50
Всього за 1000 г		13,29
$\Pi_2$		
1	Хліб житній	0,24
2	Сухарі пшеничні	0,75
3	Крупи	0,40
4	Макаронні вироби	0,46
5	Молоко згущене	0,85
6	Карамель льодяникова	0,80
7	Суповий концентрат	2,83
8	Картопля	0,15
9	Цибуля	0,30
10	Часник	1,20
11	Цукор	0,29
12	Сухофрукти	2,00
13	Шоколад	3,40
14	Кава	3,00
15	Чай	3,00
Всього за 1500 г		19,77

Першою спільною точкою лінії рівня і області розв'язків  $Q$  є точка  $A$ . У ній лінійна функція  $F$  досягає найменшого значення.

Визначимо координати точки  $A(x_1, x_2)$ , як точки перетину прямих (I) і (III), із системи рівнянь:

$$\begin{cases} 0,116x_1 + 0,066x_2 = 0,088 \\ 0,024x_1 + 0,494x_2 = 0,512. \end{cases}$$

$$x_1=0,174; x_2=1,028.$$

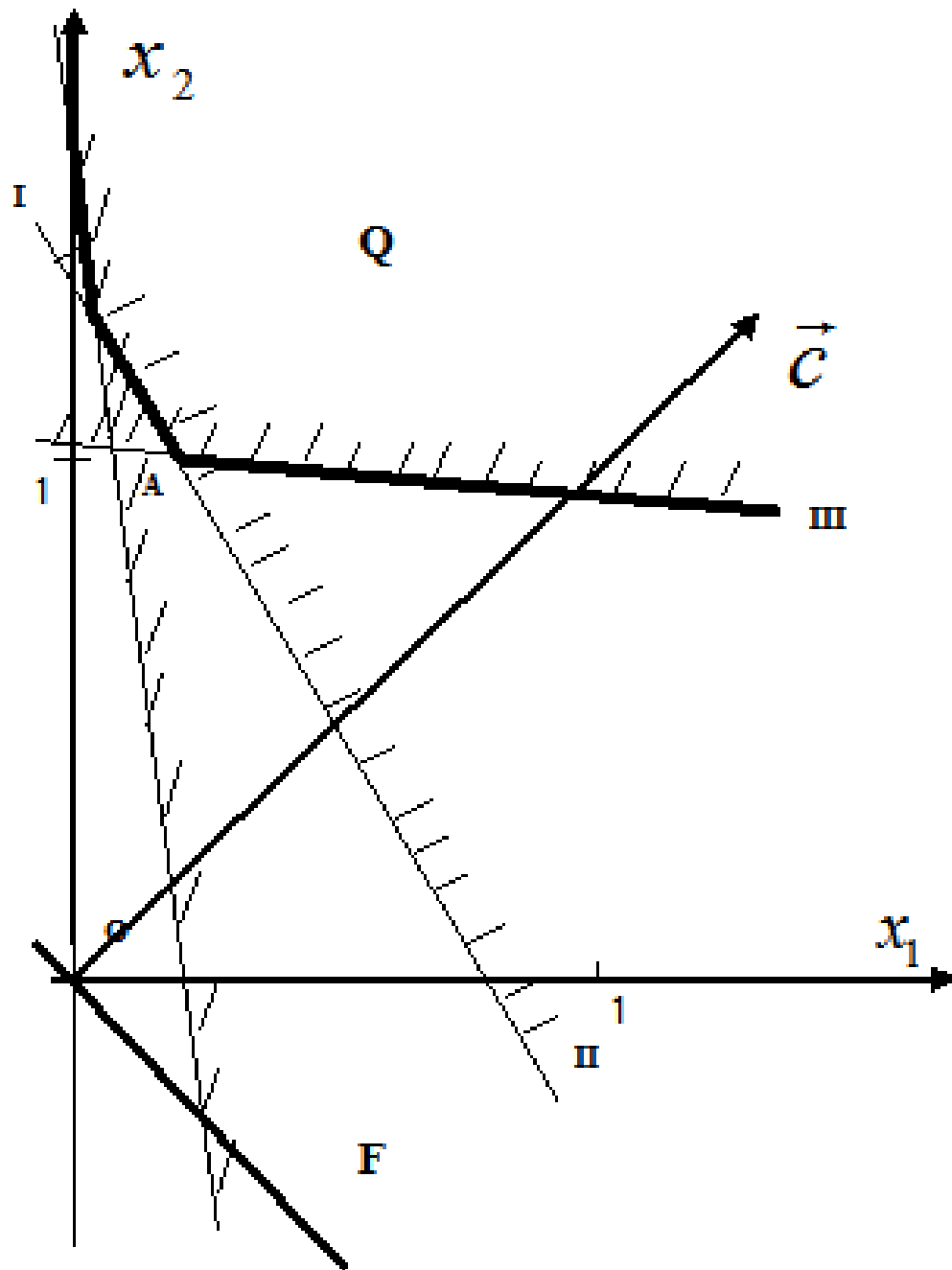


Рис. 1. Геометричний розв'язок задачі лінійного програмування

На рис. 1 зображена область  $Q$  допустимих розв'язків, яка визначена системою лінійних нерівностей (1)–(2). Найменшого значення функція  $F(x_1, x_2)$  досягає у точці  $A(0,174; 1,028)$ . Отже, найдешевший раціон становить

$$F(x_1, x_2) = F(A) = 13,29 \cdot 0,174 + 13,18 \cdot 1,028 = 18,86 \text{ грн}$$

і забезпечується закупівлею 0,174 кг продуктів групи  $\Pi_1$  і 1,028 кг продуктів групи  $\Pi_2$ .

Зауважимо, у задачі, що розглядається, область  $Q$  допустимих розв'язків необмежено простягається вверх. Це означає, що у вказаній області  $Q$  є точки з координатами

$(x_1, x_2)$ , які надають функції  $F(x_1, x_2)$  як завгодно великих значень. Це свідчить про те, що харчування можна організувати як завгодно дорого.

#### Література

1. Азбука харчування. Рациональное харчування: Довідник / За ред. Г. І. Столмакової, І. О. Мартинюка. — Львів: Світ, 1991. — 200 с.
2. Зубар Н. М., Руль Ю. В., Булгакова М. К. Фізіологія харчування: Практикум: Навч. посібник. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. — 258 с.
3. Садовский Л. Е., Садовский А. Л. Математика и спорт. — М.: Наука. Гл. ред. физ.-мат. лит., 1985. — 192 с.
4. Смоляр В. И. Рациональное питание. — К.: Наук. думка, 1991. — 368 с.
5. Столмакова Л. И. и др. Популярно о питании. — К.: Здоровье, 1989. — 270 с.
6. Усков А. С. Практика туристских путешествий: Учеб. пособие по туризму и краеведению. — С-Пб.: Творческий учеб. центр «Геос», 1999. — 264 с.
7. Цегелик Г. Г. Лінійне програмування. — Львів: Світ, 1995. — 216 с.
8. Ципріян В. І. та ін. Гігієна харчування з основами нутриціології. Навч. посібник. — К.: Здоров'я, 1999. — 568 с.
9. Шур Ю. В., Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм. Навч. посібник. — К.: Альтер-прес, 2003. — 232 с.

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

УДК 338.486.502/504

Петик І. М.

**РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

*Екологічний туризм з його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств. Екотуризм — один з шляхів економічного зростання та забезпечення екологічного розвитку регіонів. Розвиток екотуризму може здійснюватись декількома шляхами; серед яких запровадження інновацій, створення регіональних екотуристичних моделей.*

Незважаючи на бурхливий розвиток туризму в Україні в останнє десятиліття, багато тенденцій світового туризму залишається майже непоміченими в нашій країні. Це стосується й екотуризму. Сьогодні екотуризм в Україні — це один з інструментів економічного зростання та забезпечення екологічного розвитку регіонів. Проблема активізації розвитку екологічного туризму в Україні не є новою. Цією проблемою займалися Т. П. Галушкіна і О. А. Фесенко, зосереджуючись на особливостях створення екологічних полігонів як інструментарію забезпечення екобезпеки.

Існує понад 17 визначень поняття «екотуризм». Сумуючи ці визначення, можна виділити такі найголовніші ознаки екотуризму: скерованість на організацію повноцінного відпочинку у «дикій» природі, відновлення фізичних і духовних сил туриста, розширення його світогляду, використання екологічних технологій розробки турпродукту і функціонально-планова організація рекреаційних територій [2:26]. Розвиток екотуризму в усьому світі сьогодні набуває нових цікавих інтеграційних форм індустріальної та урборегулюючої діяльності, охорони природи і цілком конкретного змісту екологічної просвіти та виховання.

Залежно від інтенсивності рекреаційної діяльності та режиму природокористування в Україні можуть розвиватися дві форми екотуризму. Перша форма є агресивнішою, бо турист може інтенсивно переміщуватись у природному просторі. Друга форма екотуризму базується на раціональному використанні природних рекреаційних ресурсів на основі науково-пізнавальної інформації, що несе в собі об'єкт природи. Туристичний рух, на жаль, є одним з елементів руйнування природного середовища, тому розвиток туризму вимагає постійних продуманих дій, щоб не загострити конфлікт з природою.

Використання рекреаційних функцій природних територій України як об'єкта екотуризму вимагає не тільки капіталовкладень для створення відповідної інфраструктури, а й запровадження екобезпечних інновацій. Загалом розрізняють різні рівні інновацій, які проявлялись би в подальшому розвитку суспільства інформаційного типу. Основні типи інновацій:

— базові інновації, що пов'язані з фундаментальними проривами в науково-технічній сфері та змінюють параметри конкурентної боротьби, істотно поліпшуючи якість виробничого процесу у сферах діяльності технологічних лідерів;

— адаптивні, ситуативно-похідні інновації, що підвищують ефективність господарювання, але вирішують локальні завдання у діяльності ринкових агентів і характеризуються як «техногенні» й такі, що сприяють конкурентній успішності на різних рівнях.

В екологічній сфері розрізняють 3 види екологічних інновацій:

- техніко-технологічні, які ґрунтуються на оновленні технологічних процесів з метою виробництва екобезпечної продукції (робіт, послуг); модернізації очисних споруд, запровадженні ресурсощадних технологій;
- організаційні, базуються на запровадженні системи екологічного менеджменту;
- соціальні, які передбачають активізацію творчої діяльності з метою екологізації виробництва та споживання; створення мотивації щодо забезпечення екологічної безпеки.

Значне відставання України від європейських країн щодо забезпечення населення якісними туристичними послугами потребує постійного пошуку нових можливостей та переваг розвитку цієї сфери. У переліку заходів з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2003–2011 рр. значну увагу приділено питанням розвитку туризму. Проблема активізації розвитку екотуризму в Україні є не новою, але сьогодні постала необхідність створення в регіонах екологічних полігонів (еколого-економічних зон) [1:187]. Утворення на території України спеціальних туристично-рекреаційних зон дозволить забезпечити раціональне освоєння туристично-рекреаційного потенціалу, зокрема біологічних ресурсів середовище формуючих та естетичних функцій довкілля. Такі зони повинні характеризуватись кращим станом навколишнього середовища, якістю природних ресурсів та довготривалістю туристичного сезону [4:57].

Аналізуючи досвід інших країн, можна виділити різні моделі регіонального розвитку екотуризму: створення регіональних екотуристичних мереж; відтворення соціокультурного середовища історичного поселення чи історичних об'єктів; створення великих і середніх спеціалізованих екотуристичних об'єктів; створення державних і приватних сільськогосподарських парків.

Під регіональною екотуристичною мережею розуміється обласна асоціація власників екоферм та інших екотуристичних об'єктів. Така модель існує у країнах ЄС [3:139]. Для створення регіональних мереж екотуризму необхідно вирішити проблеми організаційного, інформаційного, фінансового і правового забезпечення. Друга модель розвитку екотуризму передбачає відтворення «історичного села», «національного села», козацького чи скіфського поселення. Реалізація третьої моделі — це створення великих і середніх спеціалізованих екотуристичних об'єктів (кулінарних, спортивних, дайвінгових, паломницьких, виноробних тощо). Четверта модель — створення державних та приватних сільськогосподарських парків у вигляді виставкових, рекламно-експозиційних, науково-дослідницьких комплексів, що можуть приймати й розташовувати туристів. Як показує світовий досвід, реалізація такої моделі потребує великих інвестиційних вкладень. Сьогодні в Україні найбільш продуктивною та ефективною є перша модель — створення регіональної екотуристичної мережі.

Серед чинників, що стримують розвиток екотуризму в Україні за наявного потужного екотуристичного потенціалу, переважають економічні та організаційні. До економічних можна зарахувати:

- відсутність необхідного початкового капіталу для фінансування робіт зі створення науково-природознавчих центрів;
- слабкі інвестиції в інфраструктуру туризму;
- відсутність засобів менеджменту та маркетингу екотуризму для залучення потенційних туристів.

До організаційних перепон належать:

- обмеженість туристичних маршрутів у місцях екологічного туризму та їх слабка облаштованість;
- відсутність суспільно-орієнтованого інформаційного менеджменту, «моди» на екотуризм;

— нестача кваліфікованих фахівців у галузі екотуризму, спроможних розробляти, організовувати і проводити екологічні тури.

— психологічна неготовність місцевого населення та адміністрації природо господарських організацій до організації екотуризму.

Усі перетворення в туристичній галузі повинні ґрунтуватись у першу чергу на екологізації свідомості населення України, не на споживацькому типі поведінки, а на раціональному, бережливому ставленні до навколишнього середовища. Екологічну свідомість розглядають, на відміну від екологічного знання, не як аспект суспільної свідомості, а як одну з важливих детермінант сучасної масової свідомості, яка впливає на сучасний спосіб життя та форми природокористування, для того щоб зробити їх екологічно безпечними.

Екологічна свідомість — це не просто окрема ланка свідомості людини, вона повинна бути складовою сучасного людського світогляду і масової свідомості яка мотивує та спонукає до екологічно безпечної діяльності в природі. Раціональне, екологічно обґрунтоване природокористування можливе лише за умов масової екологічної грамотності. Екологічна свідомість та культура є об'єктом багатьох досліджень. Дослідження проводяться у сфері філософії, соціології та у педагогіці. Засновник соціальної екології Г. Бачинський вважав, що формування екологічної культури гармонізує взаємовідносини людини і природи. Сьогодні економічний розвиток будь-якої держави може бути успішним, ефективним лише за умови врахування екологічних обмежень, постійного проведення соціально-екологічного моніторингу людської діяльності. Екологічна освіта має орієнтувати на асиміляцію й «переживання». Для формування екологічної свідомості принципово важливо доводити матеріали дослідження до адекватного їх усвідомлення через переживання і розуміння. Стратегічні знання екологічної освіти та формування екологічної свідомості виходять за межі засвоєння теорії та практики загальної екології як однієї з фундаментальних засад природокористування.

#### Література

1. Павліха Н. В., Скороход І. С. Екологізація туристичної сфери: інноваційний підхід // Вісн. ДІТБ. — 2005. — № 9. — С. 185–189.
2. Преловский В. И. О содержании понятия «экологический туризм» // География и природа. Ресурсы. — 2002. — № 2. — С. 26–34.
3. Семмичастный И. Л. Исследование современных тенденций развития экотуризма на основе изучения ресурсов глобальной сети // Вісн. ДІТБ. — 2004. — № 8. — С. 137–141.
4. Шмагина В. В., Харичков С. К. Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития. — Одеса, 2002. — 346 с.



УДК 338.488.2:640.4

Пандяк І. Г., Гусак М. М.

## ІНФРАСТРУКТУРА ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

*Проаналізовано особливості сучасного стану, головні проблеми та шляхи реалізації розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. Виявлено необхідність модернізації сучасної мережі готельних підприємств високої категорії, підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, диверсифікації обслуговування ділових туристів*

Туристична сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування цієї галузі на ринок держави, окремих туристичних центрів є сучасна туристична інфраструктура. Особливо привабливий серед перспективних напрямів діловий туризм. Сьогодні діловий туризм формує економіку багатьох держав, регіонів, стає важливим чинником стабільного розвитку світової індустрії гостинності.

Аналіз аспектів формування, територіальної організації та функціонування національного та світового ринку готельних послуг посідає в економічних і економіко-географічних дослідженнях вітчизняних науковців важливе місце. Головні сучасні теоретико-методологічні засади вивчення вітчизняного готельного господарства в економічному та геопросторовому аспектах, розкриті в праці С. І. Байлика [1], який проаналізував типологію готелів за рівнем комфорту та функціональними ознаками, принципи формування сучасної готельної мережі в Україні та за кордоном.

Особливості формування індустрії гостинності та ринку готельних послуг на сучасному етапі, формування державної політики регулювання виробничо-комерційної діяльності та розвитку конкуренції в готельному бізнесі розглянуто в працях В. І. Карсекіна, Т. І. Ткаченка [3], Х. Й. Роглева [5]. Комплексність наукового аналізу соціально-економічних та геопросторових аспектів рекреаційно-туристичного комплексу України властива працям О. О. Любіцевої [4], О. О. Бейдика [2], де наведено розгорнутий аналіз методологічних та методичних підходів до вивчення загальнонаціонального туристичного ринку.

Діловий туризм — новітнє явище в сегменті туристичного розвитку світової економіки, що виникло в 70-х роках ХХ ст. у Європі. Цей напрям туризму охоплює поїздки, зумовлені професійною діяльністю і пов'язані з діловими зустрічами, конференціями, стажуванням тощо. Європа сьогодні лідирує у світі за кількістю прибулих і витратами на діловий туризм; високі темпи зростання чисельності ділових туристів характерні для Північної Америки та Східної Азії.

Світовий досвід організації ділових поїздок формувалася впродовж декількох десятиліть. У цьому сегменті туристичної діяльності з'явилися асоціації, наукові й освітні заклади, друковані видання, методичні посібники, сформувалася стійка організаційна структура на засадах професійного управління. У країнах з туристичним профілем розробили й активно впроваджують програму державної підтримки розвитку ділового туризму.

Новітні трансформаційні процеси в економіці України особливо не позначилися на головних принципах розвитку ділового туризму, як зрештою, і всієї туристичної сфери. Сьогодні ще нема чітко визначеної термінології для трактування головних категорій ділового туризму згідно з міжнародним досвідом та прийнятими стандартами, існує проблема управління, технології організації подорожей ділових туристів. Зазначені чинники суттєво ускладнюють функціонування, знижують рентабельність вітчизняних готельних комплексів.

З урахуванням актуальності й перспектив ділового туризму в Україні сьогодні необхідно сприяти розвитку інфраструктури цієї галузі, створити інформаційну базу

даних щодо пропозицій та споживачів послуг шляхом просування й розвитку світової концепції ділового туризму, освітньої діяльності. З позитивним іміджем туристичної інфраструктури в організації ділового туризму суттєво зростає роль міжнародних корпорацій в економіці держави.

В організації інфраструктури ділового туризму провідна роль належить готелям та бізнес-центрам, водночас ці заклади повинні бути профільними, здатними забезпечити ефективну, з усіма зручностями діяльність ділових туристів. У рекламі вітчизняних готелів, насамперед вищої категорії, зазначено про забезпечення ділових туристів повним комплексом необхідних умов для професійної роботи. Проте реальна ситуація зводиться лише до пропозиції окремими висококатегорійними готелями невеликого приміщення — «бізнес-центру» з обмеженими послугами. У вітчизняному готельному бізнесі бізнес-центр найчастіше асоціюється з офісом, в якому поєднано послуги користування Інтернетом, факсом, окремо функціонує конференц-зал. У спеціалізованих готелях за кордоном бізнес-центр — це організації, що пропонують комплекс послуг для будь-якої категорії ділових гостей у готелі та за його межами впродовж усього часу перебування клієнта в закладі.

Стійкі тенденції економічного зростання та євроінтеграційні процеси в Україні, зростання попиту на офісні приміщення і ділові послуги високої категорії зумовлюють потребу розвитку інсентив-інфраструктури в державі. З цією метою важливо розробити головні принципи створення сучасної туристичної інфраструктури, актуальні концепції побудови комплексних систем керування бізнес-готелями та бізнес-центрами, проблеми формування єдиного інформаційного простору. Для реалізації зазначених підходів необхідно проаналізувати шляхи та методи підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва, модернізації сучасної мережі закладів гостинності, повносервісного обслуговування ділових туристів.

Сьогодні в Україні лише 18 % готелів відповідає вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу. Геопросторово майже всі висококатегорійні готелі розташовані в Києві та найбільших регіональних центрах (Донецьку, Одесі, Львові, Харкові, Дніпропетровську). Водночас згідно з моніторингом інсентив-інфраструктури міжнародними спеціалізованими організаціями висококатегорійні готелі України суттєво поступаються за рівнем сервісу, посідають останню позицію серед готелів Східної Європи.

Проблему створення інфраструктури гостинності із сучасним рівнем комфорту для приймання ділових туристів можна вирішити за допомогою створення національних готельних союзів з поступовим їх входженням у міжнародні готельні корпорації. У цьому разі потрібний комплексний підхід з аналізом методів та засобів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва та модернізації сучасних засобів розміщення для ділових туристів, форм власності й організації управління, а також стабілізація ринку готельних послуг шляхом підвищення заповнюваності та водночас впровадження гнучкої цінової політики з урахуванням сучасних ринкових реалій.

Доцільним сьогодні вважається широке запровадження франчайзингу, що дасть змогу підвищити ефективність функціонування підприємств і не потребує зміни форм власності. Організації, спроможні виконувати функції консолідації готельних підприємств у готельні ланцюги, повинні насамперед мати значні фінансові ресурси або мати змогу їх залучати. Не обов'язковою умовою є профільна належність до сфери гостинності, володіння готельними підприємствами. Водночас важлива проблема успішної реалізації франчайзингу — підготовка і розробка економічно ефективного бізнес-проекту.

Сьогодні простежується стабілізація ринку вітчизняного ділового туризму, спостерігаються стійкі повільні тенденції зростання головних економічних параметрів функціонування об'єктів туристичної інфраструктури — збільшення доходів з одночасним

нормуванням прямих тарифів. Зростання попиту на готельні послуги породжує проблему диверсифікації пропозиції шляхом розширення послуг, формування гнучкої цінової політики. Однак за рівнем цін на послуги розміщення українські готелі залишаються дорогими закладами.

Актуальна проблема у готельній сфері України стосується впровадження принципів фінансового менеджменту для ефективного управління доходами підприємств. Політика гнучких цін зумовить розширення попиту в період зменшення напливу клієнтів, натомість, за умови стійкого попиту обсяги знижок треба зменшувати. Іншою вагомою проблемою фінансового менеджменту є запровадження системи тарифів, зокрема для готелів, що спеціалізуються на прийманні окремих категорій ділових туристів.

Зазначимо, що впродовж останніх двох років завдяки позитивним зрушенням у нормативно-правовій базі господарської діяльності готельних підприємств, крім відміни готельного збору, ухвалено інші закони, спрямовані на активізацію готельного бізнесу. У більшості випадків вартість проживання не зменшилась, вивільнені фінансові ресурси найчастіше спрямовують у диверсифікацію виробництва — реконструкцію номерного фонду, розширення спектра послуг. У такій ситуації простежується зростання заповнюваності в готельних закладах різної категорії, розмірів та просторового розташування.

Стійке зростання заповнюваності нині зафіксовано не тільки у готелях центральної частини міст, що традиційно є лідерами на ринку, але й у менш рентабельних готелях зі значною одночасною місткістю та віддалених від центральної частини міст.

Готелі середньої та високої категорії — три-п'ятизіркові, неоднорідні за базовими характеристиками, лише умовно можна об'єднати в одну групу. Згідно з аналізом, із зазначених категорій можна виділити групи прямих і непрямих конкурентів, серед яких порівняльний аналіз є логічнішим. У верхньому сегменті виділяються три підгрупи: п'ятизіркові готелі, розташовані в центрі міста, чотиризіркові більшої місткості аналогічного розташування і більш віддалені від центра тризіркові готелі значної місткості. Готелі першої категорії є лідерами ринку ділового туризму за середнім показником доходу на номер, їхня ефективність функціонування на 100 % вища порівняно з категорією тризіркових готелів. Категорія чотиризіркових готелів поступається лідерам, проте менш помітно, ніж у попередньому випадку. Отже, чинник розташування готелю відіграє суттєву роль в економічних показниках його функціонування, номери у віддалених від центра готелях більшої місткості дають нижчі доходи, незважаючи на категорію готелю.

Важливо зазначити, що згідно з аналізом економічних показників функціонування готелів Києва та Львова, чотири-п'ятизіркові готелі навіть у період значного спаду рентабельності в готельній сфері впродовж 1996–2003 рр. мали стабільний попит. Ця обставина свідчить про найвищу стабільність ринку висококатегорійних готелів і не передбачає суттєвих змін з появою нових конкурентів у цьому сегменті. Сьогодні ринок верхнього сегмента спроможний забезпечити нові пропозиції, зважаючи, що обсяг становить не більше 10 % від наявної бази сфери гостинності. В інших ринкових сегментах зростання попиту на послуги зумовлює необхідність розширення матеріальної бази гостинності. Однак проблема будівництва нових готелів пов'язана з низькою інвестиційною привабливістю сфери гостинності.

Сучасним готельним підприємствам в Україні для обслуговування ділових туристів притаманні типова структура послуг, низький асортимент та спеціалізація. Насамперед, спеціалізовані підприємства необхідно створювати в головних ділових центрах держави — столиці та регіональних центрах. За винятком Києва та Донецька, в інших центрах фактично нема презентабельних готелів для приймання гостей найвищого рівня повноважень — державних діячів, політиків, бізнесменів, діячів культури та спорту. У найбільших регіональних центрах — Харкові, Дніпропетровську, Одесі, Львові, Запо-

ріжжі, Севастополі — найближчими роками для забезпечення попиту бізнес-туристів необхідно передбачити будівництво одного-двох п'ятизіркових готелів. У Донецьку з відкриттям «Донбас-Паласа» та «Вікторії» попит на готелі високої категорії вдалося задовольнити. Водночас у висококатегорійних готелях потрібно диверсифікувати спектр послуг, модернізувати матеріально-технічну базу.

Поглиблення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування в національній сфері гостинності пов'язують зі створенням традиційних у світовій готельній індустрії корпоративних форм — міжнародних готельних ланцюгів. Об'єднані у корпорацію провідні готельні підприємства ведуть колективний бізнес, перебуваючи під єдиним контролем керівництва ланцюга. Професійний менеджмент несе повну відповідальність за ефективність функціонування, посилення конкурентних позицій. Технологічно успіхи корпоративних форм гостинності пов'язані з дотриманням високої якості готельного продукту, ідентичністю послуг та доступністю цін на всіх підприємствах мережі.

Об'єднання готелів під єдиним керуванням дає значну економічну вигоду як власникам об'єктів, так і їхнім операторам. Головна перевага — зниження загальних витрат, функціонування єдиної об'єднаної системи бронювання, централізовані поставки витратних матеріалів, уніфікація послуг тощо. Водночас у вітчизняному готельному бізнесі корпоративний механізм управління — явище нетипове. Серед головних причин — відсутність досвіду корпоративного управління, значний фінансовий ризик, пов'язаний з бюрократичною процедурою розгортання бізнесу, відсутність чіткого законодавчого визначення правових, економічних та організаційних аспектів створення і розвитку конкурентного середовища на ринку сфери гостинності. Законодавча основа повинна сприяти формуванню та входженню в ринковий простір нових готельних підприємств, зокрема створенню умов правового захисту та виживання малих форм у сфері гостинності.

Актуальною в інфраструктурі гостинності для обслуговування ділових туристів є проблема професійної підготовки кадрів та кадрового менеджменту. Аналіз кадрового потенціалу готельних підприємств України свідчить, що лише 10–15 % персоналу має вищу або середню спеціальну туристичну освіту. Значна частка персоналу має лише короткотермінову освітню підготовку на платних семінарах та курсах. Особливо актуальною є проблема професійної підготовки та кваліфікації керівників структурних ланок та підрозділів у готелях. Головною проблемою підготовки персоналу готельних підприємств України, за винятком провідних установ столиці та найбільших регіональних центрів, є володіння основами гостинності — іноземною мовою, психологією, етикою спілкування і поведінки тощо. Відкриття останніми роками професійних вищих навчальних закладів, факультетів, кафедр з підготовки спеціалістів туристичної сфери, обов'язкове вивчення двох іноземних мов, стажування студентів у провідних готелях і туристичних фірмах для оволодіння сучасним досвідом управлінських та виробничих процесів у туризмі й готельному бізнесі сприятиме підвищенню якості організаційно-управлінських процесів і технології обслуговування в цій сфері. Провідні готелі та навчальні заклади організовують стажування спеціалістів у закордонних профільних вузах, готелях та туристичних підприємствах. На рівні державних органів управління туристичною сферою, наукових і навчальних установ розробляються та впроваджуються національні принципи та стандарти щодо професійної підготовки спеціалістів туристичної індустрії, що ґрунтуються на міжнародних стандартах, інтересах національного туристичного бізнесу, зорієнтованих на підвищення ролі індустрії згідно з державними пріоритетами розвитку.

Реалізація стратегії активізації ділового туризму у структурі в'їзних та національних туристичних потоків зумовлює необхідність створення у сучасних готелях інфраструктури бізнес-центру, розважальних атракцій, підприємств торгівлі та сфери послуг. Менеджерам потрібно спрямовувати зусилля на реалізацію комплексного підходу до

створення інтелектуальної інфраструктури готелю, що охоплює архітектурно-будівельні, інженерно-технічні й експлуатаційні рішення. Впровадження принципів «інтелектуального готелю» забезпечить експлуатаційним службам і клієнтам закладу якісне обслуговування. У цьому випадку діяльність готельних комплексів повинна бути спрямована на забезпечення різних побажань клієнтів. Серед головних послуг, необхідних для перебування ділових туристів, — телекомунікаційні послуги, тобто можливість швидкого отримання й передачі інформації, автоматизоване управління системами життєзабезпечення, кондиціонування, супутникове й ефірне телебачення, система ідентифікації і контролю доступу та ін. Технічне забезпечення телекомунікаційних послуг повинно враховувати новітні способи передачі інформації. Сьогодні лише окремі національні готельні комплекси можуть забезпечити виділення фінансових засобів на створення і підтримання в дієздатному стані автоматизованих систем управління.

Політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета — створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшення обсягів в'їзного і внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності і відомчого підпорядкування.

Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному і муніципальному рівні. У цьому разі стратегічним напрямом стає не тільки розважально-рекреаційний, а й діловий туризм.

#### Література

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. — К.: ВИРА. — Р., 2001. — 208 с.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування. — К.: ВПЦ «Київ. ун-т», 2001. — 395 с.
3. Карсекін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні // Економіка України. — 1997. — № 9.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). — К.: Альтерпрес, 2002. — 436 с.
5. Розлев Х. Й. Некоторые мысли по поводу развития гостиничного бизнеса // Ресторанный и гостиничный бизнес. — 2004. — № 1.

УДК 631.95

Бомба М. І., Бомба М. Я.

## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬ У ЗВ'ЯЗКУ З АНТРОПОГЕННОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

*У статті аналізуються деякі аспекти щодо стану екосистем у зв'язку із сільськогосподарською діяльністю та запропоновано комплексний підхід з подальшого використання сільськогосподарських земель для розвитку різних галузей народного господарства Західного регіону України, в тому числі для розвитку туристичної індустрії.*

На початку третього тисячоліття значно посилив тенденції дисбаланс у відносинах між людством і довкіллям. Численні дані свідчать про невпинне погіршення стану навколишнього природного середовища, прискорення процесів деградації природних екосистем внаслідок господарської діяльності людини. Сільське господарство з усіх галузей суспільного виробництва найчастіше пов'язане із живою і неживою природою і дуже суттєво впливає на зміну ґрунтів, флори і фауни, якості повітря і води, що найчастіше призводить до порушення динамічної рівноваги в екосистемі й породжує низку проблем, усіх наслідків яких ми ще навіть не усвідомлюємо.

Україна сьогодні потерпає не лише від соціально-економічної, а й від гострої екологічної кризи, які погіршують стан здоров'я людей і демографічну ситуацію всієї держави.

Необхідно розв'язати дві основні проблеми: перша — Чорнобильська (на зону екологічного лиха припадає 1,7 % території держави; навіть без Чорнобиля Україна посідає в Європі одне з перших місць за кількістю технічного бруду у перерахунку на одного жителя країни); друга — підвищення життєвого рівня людей (Україна перебуває на 89-му місці у світі за цим показником; розрив між бідними і багатими ще більш «дикий» — на 75 порядків, у той час як у цивілізованому світі нормальним є 4–5) [5].

Надзвичайно гострі екологічні проблеми тривожать АПК, у тому числі і галузь рільництва. Наша держава відзначається найбільшою в Європі сільськогосподарською освоєністю земель: станом на 1 січня 2006 р. сільськогосподарські угіддя займали 69,1 % території України, з них 77,8 % — орні землі. На території семи західних областей України ці диспропорції менш відчутні — з 5,9 млн. га сільськогосподарських угідь 4 млн. га, або 68,2 %, займає рілля. Існуюча державна політика України недооцінює важливості дотримання оптимальних співвідношень між полем, лукою і лісом. Такий високий рівень розораності земель разом з низкою економічних чинників призвів до того, що площі еродованих орних земель у державі щорічно збільшувались на 100–120 тис. га і, за даними Держкомзему України, досягли 10,6 млн. га, що становить майже третину ріллі України. До речі, нині еродованість ґрунтів стала одним із найістотніших чинників, який робить екологічну ситуацію в країні дуже складною [4].

Західний регіон України завдяки специфічним природно-кліматичним та геоморфологічним умовам (велика кількість опадів, особливо в останні роки, значна розчленованість рельєфу (Прикарпаття, Карпати, Закарпаття), розораність переосушених торфових ґрунтів Полісся, велика частота і тривалість пилових бур (до 115 год на рік)) особливо потерпає від поширення водної та вітрової ерозії ґрунтів. Кількісним її виразником слугує коефіцієнт еродованості, який показує ступінь втрати родючості ґрунту під впливом ерозії, у багатьох районах цей показник становить 1,15–1,20 і вище, що свідчить про кризові явища.

Проблема деградації та виснаження земель в Україні залишається дуже гострою.

Як зауважив академік УААН М. В. Роїк [10] у доповіді на загальних зборах УААН 25–26 грудня 2002 р., щорічні втрати родючого шару ґрунту становлять близько 600–740 млн. т, у тому числі 20–27 млн. т гумусу, 0,7 млн. т рухомого фосфору та інших

елементів живлення рослин. У виробничих умовах Полісся середньорічні витрати гумусу під впливом ерозії становлять 2,4 млн. т, у Лісостепу — 11,1 і Степу — 10,3 млн. т.

На території України існує понад 5 млн. га деградованих і малопродуктивних орних земель. Це завдає збитків у середньому 27 грн. на кожний гектар. Водночас внесення органіки на гектар ріллі зменшилося з 8,6 т у 1990 р. до 1,3 т у 2001 р., а дефіцит гумусу зріс у 5 разів.

За даними академіка УААН Б. С. Носка [8], в останні 5–7 років у рільництві країни склався негативний баланс поживних речовин, їх щорічне винесення з урожаєм перевищує надходження на 100–120 кг/га NPK. Через декілька років це може призвести до катастрофічних наслідків.

За даними Львівського філіалу Інституту землеустрою УААН тільки на Львівщині щорічно змивається близько 4 млн. т орного шару ґрунтів, що умовно означає втрату близько 1300 га ріллі. Ерозією в нашому регіоні країни щорічно зноситься 11,5 тис. т азоту, 5,2 тис. т фосфору і 60,3 тис. т калію, якими при внесенні по 250 кг діючої речовини можна було б удобрити понад 300 тис. га сільськогосподарських угідь області.

Кожне з чергових порушень екологічної рівноваги має щораз трагічніші наслідки. Наприклад, найбільша в Україні після Чорнобиля екологічна катастрофа на Закарпатті у 1998 і 1999 рр., за висновками вчених є наслідком понад десяти антропогенних чинників. Це, передусім, інтенсивне вирубування лісів, значна розораність схилів земель з вирощуванням на них просапних культур, забудова заплавних територій тощо.

У Західному регіоні України є значна кількість осушених земель, з них найбільше у Львівській, Волинській та Рівненській областях (по 472, 343 та 338 тис. га відповідно). Проте через відсутність належного догляду за осушувальною мережею, а також деградацію ґрунтів у сільськогосподарському виробництві ефективність їх використання істотно знизилася. При цьому інтенсивно використовується близько 50 % цих земель, а решту займають сінокоси і пасовища, в яких переважає низькопродуктивний асортимент сіяних трав. Такий стан зумовлений виходом з ладу систем з двосторонньою дією, потребою у поновленні гідротехнічних споруд, очищенні осушувальних каналів від чагарників і бур'янів, вапнуванні кислих ґрунтів, проведенні своєчасного перезалуження лук і пасовищ високопродуктивними травосумішками, що економічно не завжди виправдано.

Це дає підставу зробити невтішний висновок, що в Україні високими темпами знижується якість і родючість ґрунтів і катастрофічно погіршується стан земельних ресурсів.

Тому вже сьогодні конче необхідно такі землі структурувати: частину найменш продуктивних і ерозійно небезпечних земель відвести під природні кормові угіддя, сінокоси, лісочагарникові насадження та мисливські угіддя, а землі торфових кар'єрів — для створення ставково-риболовецьких господарств. Особливу увагу слід приділити розширенню площ рекреаційних, водоохоронних зон, відновленню лісових, болотних, водних екосистем, інших природоохоронних об'єктів, які, крім усього іншого, мають важливу водозберігальну й природоохоронну функцію. У подальшому рекреаційні території, за умови проведення глибокого аналізу і виваженої державницької політики, можна використати для розвитку туристичної індустрії, цього дійсно благодатного для туристів краю, завдяки винятковій привабливості краєвидів, цінним лікарським рослинам, грибам, мисливським угіддям, наявності мінеральних вод тощо.

Для подолання кризового стану на зрошуваних землях необхідно вивести із зрошення землі з негативним еколого-меліоративним станом, застосувати комплексну реконструкцію і модернізацію зрошувальних систем, запроваджувати прогресивні системи рільництва. Рациональне використання осушених земель потребує проведення консервації деградованих осушених торфових земель, реконструкції дренажної системи, створення культурних пасовищ та сіножатей, проведення глибокого меліоративного

розпушування поверхнево оглєсєних ґрунтів, впровадження локальної меліорації, а при потребі відведення таких земель під заповідники або рекреаційні зони тощо.

Як бачимо, маємо низку конкретних суто галузєвих проблем щодо розвитку рекреації (в тому числі на землях, які необхідно вивести із сільськогосподарського використання), найважливіші з них: розроблення та законне затвердження термінологічно-понятійного апарату в індустрії рекреації; економічний механізм надання платних рекреаційних послуг, інфраструктурне забезпечення, оцінка рекреаційних природних ресурсів та інвентаризація пам'яток історико-культурної спадщини та чимало інших цінностей на цих територіях [5].

Потенційну небезпеку забруднення навколишнього природного середовища становлять, зокрема пестициди. Період їх розпаду може бути досить тривалими: сполуки свинцю, миш'яку, міді, ртуті — 10–30 років; триазинових гербіцидів — 1–2; гербіцидів бензойної природи — 0,2–1,0; сечовинних гербіцидів групи 2,4–Д — 0,1–0,4 року [2]. Загалом на території України, згідно з проведеною інвентаризацією, нагромаджено понад 21 тис. тонн непридатних та заборонених пестицидів. Порушення нормативних вимог щодо їх зберігання, а також нехтування вимогами з їх використання призвело до нагромадження їх у ґрунті, воді, а відтак до перевищення ГДК у продукції рослин.

Для розв'язання цієї проблеми необхідні:

- внесення змін до порядку реєстрації нових пестицидів, отрутохімікатів тощо і підвищення вимог до препаратів, які ввозяться в Україну;
- координація діяльності зі знешкодження та знищення пестицидів, непридатних для подальшого використання;
- визначення у кожному регіоні визначити науково-дослідних установ, що здійснюватимуть перевірку іноземних пестицидів, визначатимуть залишки їх у ґрунті та рослинній продукції рослинництва;
- заборона застосування неякісних і високотоксичних отрутохімікатів, що не відповідають міжнародним вимогам.

Отже, інтенсивне використання пестицидів і мінеральних добрив не завжди себе виправдовує без кардинального вирішення проблем галузі рільництва, до яких належать екологічнобезпечні технології вирощування екологічно чистої продукції, які першочергово необхідно застосовувати в регіонах, перспективних щодо розвитку туристичної індустрії.

Сучасна наука володіє значним потенціалом знань, які дозволяють кваліфіковано вирішувати багато теоретичних, організаційних, технологічних та інших проблем з ефективного використання земельного фонду та охорони довкілля в Україні.

Аналіз різних систем ведення господарства у Західному регіоні з цього приводу свідчить, що вразлива сама стратегія всеохоплюючої інтенсифікації рільництва. Все більше очевидні як ресурсні, так і екологічні обмеження такої стратегії. При технологічному підході до інтенсифікації рільництва довкілля, як правило, забруднюється токсичними речовинами, дуже поширюється ерозія ґрунтів, значно зменшується видова різноманітність корисної флори й фауни, збільшується небезпека масового ураження агроценозів хворобами і шкідниками [6;7].

Оскільки в останні роки перевага надається вузькоспеціалізованим агроєкосистемам, зменшується їхня здатність щодо підтримання екологічної рівноваги за рахунок механізмів саморегулювання. Внаслідок зростає екологічна й генетична ураженість посівів, потреба застосування у все більших масштабах засобів хімічного захисту рослин. Це неминує підсилює руйнування механізмів самовідновлення природних ландшафтів [1].

Не вдаючись до тонкощів різних напрямів альтернативного рільництва, слід сказати, що головна його мета, за визначенням західноєвропейських учених, — виробляти екологічно чисту й біологічно повноцінну продукцію. Гарантією одержання такої продук-



ції, на думку дослідників, є повна відмова від застосування мінеральних добрив, пестицидів та інших штучних хімічних сполук.

Подібні дослідження були проведені нами на сірих лісових ґрунтах лісостепової зони західних областей України, які висвітлені у багатьох публікаціях [2;3].

На нашу думку, екологічнобезпечне (біологічне) рільництво повинно передбачати:

- залучення в структуру посівних площ однорічних і багаторічних бобових культур, переведення азоту повітря в рослинний білок завдяки біологічній фіксації бульбочковими та іншими азотфіксуючими бактеріями, збагачення ним ґрунту без внесення мінеральних азотних добрив;

- біологічне розпушування та оструктурення кореневою системою рослин, дрібними ґрунтовими тваринами й мікроорганізмами, а не за допомогою важких ґрунтообробних знарядь і машин;

- застосування як органічного добрива різних відходів і залишків органічного походження;

- біологічний метод боротьби з бур'янами замість використання синтетичних гербіцидів;

- боротьбу біологічними методами з хворобами й шкідниками за правильного чергування культур в агроecosистемах;

- підбір стійких культур, адаптованих до ґрунтово-кліматичних умов конкретного господарства;

- створення умов для активізації природних ворогів шкідників без застосування хімічних засобів рослин.

Стає очевидним, що екологічнобезпечне рільництво — це могутній екологічностабілізуючий чинник та необхідна умова стійкого функціонування агроecosистем, що викликає зацікавлення у фахівців сільського господарства, фермерів і закономірно матиме перспективу у підприємців, що розвивають агротуризм.

Не менш важливою є проблема використання земель, порушених під час видобування корисних копалин. Лише в західних областях України на початок 1999 року їх нараховувалося понад 32 тис. га, у тому числі на Львівщині — близько 14 тис. га. Досить часто під час добування корисних копалин порушується екологічна рівновага, змінюються природні фітоценози; внаслідок неконтрольованого забору води з артезіанських водозабірних свердловин у багатьох навколишніх селах зникає питна вода в криницях.

Як відомо, лише лісові насадження бережуть річки від виснаження. Ліси і лісосути вбирають практично всю вологу, яка стікає схилами, і спрямовують її вглиб водоносних горизонтів, поновлюючи запаси ґрунтових вод і поповнюючи тим самим річки та інші водойми. Площа лісового фонду становить в Україні понад 10,7 млн. га. При цьому вкриті лісовою рослинністю землі займають близько 9,5 млн. га, або 15,7 % від загальної площі. Для України це дуже низький показник. У середньому у світі лісистість досягає 29 %, а в Європі перевищує 41 %. Наші найближчі сусіди — Польща, Болгарія, Чехія — наближаються до оптимального рівня лісистості — понад 30 %. Польща, наприклад, близько 1 млн. га сільськогосподарських земель господарств державної форми власності вивела під заліснення.

Як бачимо, дуже актуальною для нашої держави є проблема заліснення територій. Державною програмою «Ліси України» на період 2002–2015 рр. передбачено збільшення лісистості з 15,7 % до 16,1 %, але за наявних темпів 20-го % показника лісистості буде досягнуто лише через 177 років [9].

Оптимальним рівнем лісистості вважається той, що забезпечує водний баланс території. За оптимальної лісистості формується стабільне середовище, найповніше проявляється комплекс корисних властивостей лісу, ефективніше використовуються

земельні ресурси. За висновками вчених УААН [10] найбільш оптимальною лісистістю для Полісся повинна становити 34 % (фактична 27 %), для Лісостепу 18 % (13 %), Степу — 9 % (5 %), Карпат — 45 % (42 %), Криму — 19 % (10 %).

Ще складнішою в цьому аспекті є екологічна ситуація у Львівській, Івано-Франківській, Чернівецькій, Закарпатській і Тернопільській областях, де ґрунтовий покрив на схилі землях особливо потерпає від поширення водної ерозії.

Площа лісів Львівщини становить 690 тис. га, або 28 % від усіх земель області. За площею лісів Львівська область посідає третє місце в Україні. З лісових ресурсів для розвитку рекреації та туризму найбільш придатними є ліси першої групи, які в області займають 271,1 тис. га, з них: ліси зелених зон — 137,7 тис. га, курортні ліси — 11,1 тис. га, ліси спеціалізованого цільового призначення — 6 тис. га, заповідні ліси — 2,1 тис. га та ін.

Загалом, природно-ресурсний та історико-культурний потенціал Західного регіону у поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи дає підставу сподіватись на розвиток багатьох галузей народного господарства, зокрема туристичної індустрії.

Але подальший розвиток народного господарства, передусім Карпатського регіону, можливий лише за умови проведення глибокого аналізу й вираженої державницької політики уряду нашої держави. Наприклад, в Австрії існує сьогодні довготривала програма розвитку гірського рільництва (розрахована на 100 років), яка насамперед передбачає великі капіталовкладення на пільгових і безстрокових кредитах у розвиток рослинництва, тваринництва, переробних галузей та лісового господарства, туризму, охорони довкілля та сфери обслуговування гірського населення тощо.

Таким чином, вивчення досвіду європейських країн, використання здобутків вітчизняних учених і впровадження їх у Західному регіоні стане запорукою зростання добробуту населення, сприятиме охороні довкілля та процвітанню цього благодатного краю нашої держави.

#### Література

1. Бабич А. О. Світові земельні, продовольчі і кормові ресурси. — К.: Аграрна наука, 1996. — 200 с.
2. Бомба М. Я. Наукові і прикладні аспекти біологічного землеробства / Монографія. — Львів: Укр. технології, 2004. — 232 с.
3. Бомба М. Я. Проблеми та перспективи розвитку землеробства на початку третього тисячоліття // Пропозиція. — 2002. — № 10. — С. 30–32.
4. Бомба М. Я., Волощук М. Д., Панас Р. М. Проблеми природокористування Карпатського регіону. — Коломия, 2000. — С. 8–10.
5. Гетьман В. І. Еколого-економічна діяльність установ природно-заповідного фонду // Екол. вісн. — 2006. — № 6. — С. 2–6.
6. Дегодюк Е. Г. Поле з біологічно чистою продукцією // Агроном України. — 1989. — № 2. — С. 13–17.
7. Медведєв В. В., Риндіна Т. Є. Наукові передумови мінімалізації основного обробітку ґрунту і перспективи його впровадження в Україні // Вісн. аграр. науки. — 2001. — № 7. — С. 5–8.
8. Носко Б. С. Сучасний стан і майбутнє чорноземів України // Вісн. аграр. науки. — 1996. — № 5. — С. 20–23.
9. Про підсумки роботи Міністерства навколишнього природного середовища України у 2006 році та завдання на 2007 р. // Екол. вісн. — 2007. — № 1. — С. 12–18.
10. Роїк М. В. Сучасні науково обґрунтовані підходи до використання землі // Агроінком. — 2003. — № 1–2. — С. 8–16.

УДК 338.432.5:796.5

Липчук В. В., Липчук Н. В.

## ОЦІНКА ПРИДАТНОСТІ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

*У статті розглядаються методичні підходи щодо оцінки придатності сільських територій для розвитку агротуризму. Наводяться приклади такої оцінки для районів Львівської та Івано-Франківської областей.*

Розвиток агротуризму, як нового виду діяльності, потребує наукового і практичного обґрунтування. Насамперед це стосується встановлення умов його розвитку та територій, придатних для цього. Проблема розвитку агротуризму останнім часом все більше привертає увагу вітчизняних вчених [1–4]. Вона переважно розглядається в широкому аспекті як розвиток сільського туризму. У пропонованій статті оцінка придатності територій для розвитку агротуризму основана на його розгляді як одного з видів сільськогосподарської діяльності і одночасно як форми організації відпочинку, пов'язаної із сільським господарством.

Становлення й розвиток агротуризму в конкретному регіоні визначається передусім особливостями цього регіону. Він повинен володіти певними рисами, які сприятимуть його привабливості. До таких рис, зокрема, належать:

- чисте природне середовище;
- низький рівень урбанізації та індустріалізації (характерними тут є низька густота населення та низька задіяність останнього в несільськогосподарських професіях);
- обмежена інтенсивність сільськогосподарського та лісового виробництва;
- сприятлива аграрна структура (господарства середнього розміру);
- гармонійний агрокультурний ландшафт;
- невисокі доходи мешканців;
- вільні (невикористовувані) ресурси помешкань [4:18].

Виходячи з основних вимог до агротуристичної діяльності, можна сформулювати систему показників передумов розвитку туризму:

- частка територій екологічно чистих;
- частка сільськогосподарських угідь у загальній земельній площі;
- частка заліснених територій;
- частка охоронних територій;
- густота населення на 1 км<sup>2</sup>.

Відповідно до пропозиції польських вчених найбільш придатними для агротуризму є території:

- з нульовим або незначним (до 5 %) екологічним забрудненням;
- з високою (понад 60 %) часткою сільськогосподарських угідь;
- зі значною часткою (понад 20 %) заліснених територій;
- з високою часткою (понад 20 %) охоронних територій;
- з невисокою (до 80 чол. на км<sup>2</sup>) густотою населення [5:40–42].

За вказаними критеріями нами проведено оцінку сільських районів Івано-Франківської та Львівської областей щодо придатності для розвитку агротуризму (табл. 1, 2).

З наведених даних видно, що в жодній області не існує достатніх умов для розвитку агротуризму. Чотирьом критеріям відповідають умови Коломийського району Івано-Франківської області та Буського, Жидачівського, Жовківського, Золочівського, Кам'янка-Бузького, Мостиського, Перемишлянського, Сколівського та Турківського районів Львівської області. Умови восьми районів досліджуваного регіону відповідають

Таблиця 1

## Кількість районів, що відповідають окремим критеріям розвитку агротуризму

Критерії	Івано-Франківська область	Львівська область	Разом
1. Екологічне забруднення до 5 %	9	14	23
2. Частка сільськогосподарських угідь більше 60 %	11	14	25
3. Площа заліснених територій більше 20 %	8	17	25
4. Часткою охоронних територій більше 20 %	4	4	8
5. Густота населення до 80 чол. на км <sup>2</sup>	6	16	22

Таблиця 2

## Кількість районів, що відповідають сукупності критеріїв розвитку агротуризму

Кількість районів, що відповідають	Івано-Франківська область	Львівська область	Разом
Всім критеріям	0	0	0
Чотирьом критеріям	1	9	10
Трьом критеріям	9	7	16
Менше трьох критеріїв	4	4	8

менше ніж трьом критеріям розвитку агротуризму. Це переважно райони з високим рівнем екологічної забрудненості.

Разом з тим, особливо підкреслюємо, що запропонована методика може і повинна використовуватися для оцінки можливостей кожного сільського населеного пункту. Цілком очевидно, що в неї можуть бути введені й інші, невраховані, критерії, як, наприклад, інші атракції, ставлення місцевої громади до гостей, розвиток обслуговуючої інфраструктури тощо.

На основі відібраних критеріїв зроблено спробу визначити інтегрований показник агротуристичної привабливості районів досліджуваних областей. Для цього використано зважений показник на основі експертної оцінки значення відібраних критеріїв, встановлених науковцями і практиками з сфер сільського господарства та туризму. В результаті одержано наступний розподіл критеріїв привабливості:

- лісистість території ( $X_1$ ) — 29 %;
- наявність сільськогосподарських угідь ( $X_2$ ) — 25 %;
- екологічна чистота ( $X_3$ ) — 23 %;
- наявність охоронних територій ( $X_4$ ) — 17 %;
- густота населення ( $X_5$ ) — 6 %.

Тоді, коефіцієнт спритливості території розвитку агротуризму  $I_c$  буде рівний:

$$I_c = 0,29(X_1) + 0,25(X_2) + 0,23(X_3) + 0,17(X_4) + 0,06(X_5).$$

Зауважимо, що можливий різний підхід щодо оцінки значення критеріїв придатності сільських територій для розвитку агротуризму, що, передусім, пов'язано з метою відпочинку туристів. Зокрема, дехто може надавати перевагу відпочинку в тиші і без зайвого галасу (це стосується «відлюдків»), а інші, наприклад, екологічно чистий і здоровий їжі. Суттєво розподілилося і значення ваг відібраних критеріїв і серед еспертів. Спеціалісти та науковці від сільського господарства особливу увагу звернули на площу сільськогосподарських угідь, що, на їх думку, свідчить про агротуризм як вид сільськогосподарської діяльності, спеціалісти і науковці від туризму більше значення надали критеріям екологічності та залісненості.

На основі проведених розрахунків нами визначені райони досліджуваного регіону, сприятливі для розвитку агротуризму (табл. 3).

Таблиця 3

**Розподіл районів Івано-Франківської та Львівської областей  
за сприятливістю розвитку агротуризму**

Умови для розвитку агротуризму	Івано-Франківська область	Львівська область
Дуже сприятливі ( $I_c > 0,75$ )	Коломийський	Буський, Жидачівський, Жовківський, Золочівський, Кам'янка-Бузький, Мостиський, Перемишлянський, Сколівський, Турківський
В основному сприятливі ( $0,75 < I_c < 0,50$ )	Богородчанський, Верховинський, Галицький, Городенківський, Долинський, Косівський, Надвірнянський, Рожнятівський, Рогатинський, Тлумачський	Бродівський, Миколаївський, Радеківський, Самбірський, Сокальський, Старосамбірський, Стрийський, Яворівський
Мало сприятливі ( $I_c < 0,50$ )	Калуський, Снятинський, Тисменицький	Гродоцький, Дрогобицький, Пустомитівський

Цілком очевидно, що можуть бути запропоновані як інші критерії, так і інші підходи щодо оцінки агротуристичної придатності та привабливості сільських регіонів.

Запропонована методика оцінки придатності і привабливості сільських територій для розвитку агротуризму може бути покладена в основу розробки відповідних галузевих стратегій та програм розвитку як сільського господарства, так і туризму

#### **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. Липчук В., Котлінський В. Особливості маркетингової діяльності в агротуризмі // Вісн. Львів. ін-ту економіки і туризму, 2007. — № 2. — С. 102–104.
3. Маєвський Я. Агротуризм: Порадник для сільського господаря. — Львів, 2005. — 80 с.
4. Рутинський М. Й., Зінко Ю. В. Сільський туризм: Навч. посіб. — К.: Знання, 2006. — 271 с.
5. Agroturystyka / Pod red. nauk. Urszuli Swietlikowskiej. — Warszawa: FAPA, 2000. — 525 s.

УДК 534.6

Караван Ю. В.

## АКУСТИЧНЕ НАВАНТАЖЕННЯ НА СЕРЕДОВИЩЕ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ЗМЕНШЕННЯ

*У статті розглядаються причини виникнення шумів та вібрацій, зокрема в туристичній індустрії, докладно проаналізовано вплив цих чинників на людський організм. Запропоновані методи зниження їх рівня будуть корисними для операторів туристичного та менеджерів готельного бізнесу.*

Від моменту приходу на світ людина розпочинає життя серед звуків та вібрацій, які супроводжують її до смерті. Проблема боротьби з шумами та вібраціями сьогодні є одним із найактуальніших завдань охорони середовища, проте у багатьох випадках ми самі є причиною їх виникнення, не усвідомлюючи, що те, що приносить нам приємність, для інших може бути обтяжливим і на докучливим.

Розвиток техніки й промисловості приносить не лише прекрасні винаходи і продукти, але одночасно спричинює низку наслідків, які загрожують навколишньому середовищу та безпосередньо людині.

Сучасна людина підпадає під вплив шумів і вібрацій. Особливо це стосується жителів великих міст. Як шуми, так і вібрації надзвичайно небезпечні для людини ще й тому, що їх наслідки проявляються не відразу, як правило, вони акумулюються з часом. Вплив шумів на організм людини є різним, але в основному атакує нервову систему. Довготривала вібрація атакує різні системи та органи людського організму.

Акустичні коливання надають людині інформацію про середовище, яке її оточує. За частотою розрізняють такі коливання: інфразвуки (менше 16 Гц), звуки, ультразвуки (понад 16 кГц), гіперзвуки та вібрації [4].

Для людини насамперед становлять загрозу звуки з частотою від 16 Гц до 16 кГц. Шуми виникають внаслідок хаотичного накладання різних звуків і супроводжують нас вдома, на роботі, під час прогулянки, а також під час використання усіх здобутків цивілізації. Коливання, що здатні сприйматись слуховим апаратом у людини з нормальним слухом (від 16 до 16 000 Гц) називають звуками. Найпоширеніші джерела шумів та їхній рівень наведені в табл. 1.

Таблиця 1.

Шуми довкола нас

Децибелл	Джерело
10–20	Шум листя
30	Цокання годинника
40	Тихо граюче радіо
50–60	Нормальна розмова
70	Голосна розмова
80	Газонокосилка
80–90	Рухлива вулиця
100	Пневматичний молот
110	Мотоцикл без глушника
120	Голосна музика
140	Реактивний літак

Джерелом інфразвуків можуть бути [4] маси води у водяних зливах та трубах, наземний, водний та повітряний транспорт. Інфразвукові хвилі мають велику довжину (найкоротша має довжину 17 м), можуть поширюватись на значні відстані від джерела (навіть на сотні кілометрів) і створювати небезпеку на значній площі. Цей шум біля джерела може досягнути 135 дБ. Загроза є тим більшою, що від рівня 130 дБ може виникнути додатково явище резонансу внутрішніх органів людини, яке може призвести до порушень у функціонуванні клітин організму, тканин та органів, спричиняючи при рівнях вищих 60 дБ механічне знищення організму.

Вібрація визначається як хвильовий рух пружного середовища [4]. Внаслідок цього відчуваємо його тоді, коли осцилюючий рух триває довший час і є незгасальним, лише зі змінною амплітудою та частотою. Вібрація може впливати на людину на виробництві та поза ним. Вплив поза виробничої вібрації має менше значення для організму людини, однак призводить до розладів нервової системи, таких як стомлення, безсоння, роздратованість тощо. Під час вібрації на виробництві має місце вплив на хребет, органи грудної клітки та очередини [2].

Механічні вібрації низької частоти спричиняють появу ротаційних рухів голови [2]. Внаслідок цього виникає кутове прискорення, яке призводить до порушення функції рівноваги. Водії часто скаржаться на болі м'язів карку та потилиці голови. Це пов'язане з напруженням м'язів хребта та шиї, які мусять протидіяти надмірним рухам голови, зумовленим вібрацією. Це спостерігається здебільшого в транспорті, де частота вібрації становить від 1 до 5 Гц. У цих випадках вплив горизонтальної вібрації голови є вищий у сидячому положенні, ніж при стоянні. Інтенсивність вібрацій можна оцінити на прикладі здатності читати чи писати (табл. 2).

Таблиця 2.

## Шкала інтенсивності вібрації на прикладі читання та писання

Характеристика руху транспорту та інтенсивність вібрації	Здатність читати чи писати	Вертикальне прискорення (см/с <sup>2</sup> )
Спокійний, м'який рух транспорту	Можна вільно писати чи читати	менше ніж 200
Незначна вібрація	Можна читати і писати	від 200 до 300
Вібрація середньої сили	Можна читати, важко писати	від 300 до 500
Сильні струси та поперечні нахилиння транспорту	Важко читати, писати неможливо	від 500 до 700
Дуже сильна вібрація	Необхідно триматись за поручні	вище ніж 700

Частота коливання більшості органів людини знаходиться в межах 3–25 Гц [5]. Наприклад, частота власних коливань голови становить 4–25 Гц, щоки 6– Гц, органів грудної клітки 5–8 Гц, верхніх кінцівок 3 Гц, органів очередини 4,5–10 Гц, нижніх кінцівок 5 Гц.

Людина зазнає впливу зовнішньої вібрації різної частоти, інколи рівної власній частоті коливань певних власних органів. У цьому випадку виникають резонансні коливання цих органів з великою амплітудою, що спричинює їхній обрив або, що спостерігається частіше, сильний біль.

Механічна вібрація є сильним стресом, який одночасно впливає на всі органи людини. Вібрація стимулює всі механорецептори шкіри та інших тканин, внаслідок чого до центральної нервової системи переноситься певна інформація, яка зумовлює рефлекторні реакції всього організму. В організмі людини внаслідок довготривалої дії механічних вібрацій виникають незворотні зміни в різних органах і системах.

Організм людини відчуває вібрацію в певних межах. Межі відчуження вібрацій лежать між нижньою межею чутливості до вібрації та верхньою межею шкідливості вібрації. Певною мірою ці границі можуть збігатися з порогом чутливості та больовим порогом і залежать від частоти вібрацій.

Вплив вібрацій на організм людини можна оцінити за допомогою рівня інтенсивності чи так званого показника інтенсивності вібрацій [6]. Інтенсивність вібрацій можна оцінити за формулою

$$x = b^2 / f,$$

де  $b$  — максимальна амплітуда прискорення вібрацій, в см/с<sup>2</sup>;

$f$  — частота вібрацій в Гц.

Показник інтенсивності вібрацій у випадку синусоїдальної основної частоти можна визначити так:

$$x = 101 \log x / x_0,$$

де  $x$  — інтенсивність дії вібрацій на організм;

$x_0$  — інтенсивність відносної вібрації.

Дуже небезпечними для людського організму є резонансні вібрації. При вібраціях частотою від 2 Гц організм людини поводить як монолітна маса. Значна вразливість людей на вібрації настає при частотах 4–6 Гц в сидячому положенні і при частотах 5–12 у стоячому, залежно від будови людини. При частотах в межах 20–30 Гц може спостерігатись резонанс голови, що негативно впливає на гостроту зору, зменшує поле зору і спричинює слабше розрізнення кольорів.

Істотну роль відіграє дія на людській організм локальних вібрацій, які діють на верхні кінцівки операторів усякого роду механічних, пневматичних, електричних та гідравлічних інструментів. Робоча частота таких інструментів знаходиться в межах 3–400 Гц.

Зміни в кістково-суглобній системі виникають внаслідок дії вібрацій з частотою меншою від 30 Гц. Патологічні зміни в організмі людини виникають здебільшого поблизу місця дії вібрації. Істотним наслідком дії вібрації є також дефект мови, спричинений резонансними коливаннями щок, зміною напруження м'язів гортані, а також коливаннями стовпа повітря в носоглотці. При цьому можуть утруднюватись дихання та з'являться болі в ділянці серця.

Подразнення вестибулярного апарату зумовлює наслідки з ознаками морської хвороби. Характеризуються болем та запамороченням голови, шумом у вухах, болем у шлунку та нудотою.

Слухова чутливість обмежена знизу порогом чутливості і зверху больовим порогом. Найвища чутливість людського вуха знаходиться в межах 800–4 000 Гц. Проблема впливу шуму на організм людини є дуже складна. Шум впливає не лише на орган слуху, а одночасно і на центральну нервову систему та інші органи. Важливе значення має вплив шуму на психічне життя, ясність розуму, ефективність та якість праці. Шкідливість, надокучливість та обтяжливність шуму залежать від його фізичних властивостей, а також від спектральних характеристик, рівня шуму, частоти прояву, проміжків часу дії, характеру.

Шуми, що не перевищують 35 дБ, є нешкідливими для здоров'я, інколи дратують. Шуми в межах 35–70 дБ негативно впливають на організм, зумовлюючи стомлення нервової системи, зменшення чутливості зору, утруднюють розуміння мови, несприятливо впливають на сон та відпочинок. Шум на рівні 70–80 дБ негативно впливає на продуктивність праці, шкідливо діє на організм. Наступає послаблення слуху, болі голови, нервові стреси. Шуми на рівні 90–130 дБ є небезпечні для організму, викликають



різноманітні функціональні розлади, зокрема систем кровообігу та травлення. Шуми, що мають рівень, вищий від 130 дБ, зумовлюють вібрацію деяких внутрішніх органів людини, спричинюючи їхні захворювання та знищення. Перебування під дією шумів цього рівня викликає розлад рівноваги, нудоту, змінює пропорцію вмісту різних складників крові, викликає певні психічні захворювання тощо.

Особи, які змушені перебувати довгий час під впливом шумів, потерпають на головний біль та запаморочення голови, безсонницю, відсутність апетиту [5]. Дія шумів проявляється у стомленості, зниженні творчої діяльності, утрудненнями в зосередженні уваги, розладом орієнтації, дратівливістю, підвищенням тиску крові. У малих дітей шум викликає значне занепокоєння, непевність, розгубленість, плач, розлад зору, відсутність апетиту і навіть епілепсію. Не всі однаково вразливі на шумове пошкодження слуху. Існують чинники схильності, які залежать від генів, загального стану здоров'я, стану середовища. Найуразливішими до дії шумів є молодь і малі діти.

Боротьба з шумами та вібрацією є суттєвою і водночас одним із найважчих завдань охорони середовища. Охорона навколишнього середовища від шумів і вібрацій полягає в запобіганні їхньому виникненню та проникненню в середовище і повинна узгоджуватись з правовими нормами Європейського Союзу [1]. Починаючи з 1970 року і дотепер країни Євросоюзу ухвалили та ратифікували 17 різних документів стосовно шумів. Європейська комісія в 1996 році опублікувала так званий зелений документ, в якому визначено, що близько 20 % населення союзу тобто майже 80 мільйонів людей, мають проблеми зі сном та інші, спричинені надмірними шумами.

Допустимий рівень шумових звуків, які проникають у приміщення від усіх джерел, що знаходяться поза цим приміщенням, а у випадку житлових приміщень, від джерел шумів, що знаходяться за межами квартири не може перевищувати допустимих значень [8] наведених в табл. 3.

Таблиця 3

## Допустимий рівень шумів в приміщеннях

Призначення приміщень	Сумарний допустимий рівень звуку, що проникає в приміщення від усіх джерел шуму (дБ)		Допустимий рівень звуку, що проникає в приміщення від технічного оснащення будинку а також іншого обладнання в будинку та поза ним			
			Середній рівень звуку (дБ)		Максимальний рівень звуку (дБ)	
	вдень	уночі	вдень	уночі	вдень	уночі
Житлові кімнати	40	30	35	25	40	30
Кухні та санітарні приміщення	45	40	40	40	45	45
Операційні	35	—	30	—	35	—
Медичні лабораторії	40		35		40	
Шкільні класи	40	—	35	—	40	—
Зали магазинів	50	—	45	—	—	—
Лікарські кабінети	35	—	50	—	—	—

Останнім часом зростання негативного впливу шумів на середовище пов'язане зі збільшенням кількості транспортних засобів на дорогах та міських вулицях України. Подібна ситуація спостерігається і навколо летовищ.

Стан занецищення шумами України є вищий порівняно з країнами Євросоюзу, значна частина поверхні занецищена, в основному, транспортними шумами. Шуми на рівні, еквівалентному 60 дБ, діють на майже 40 % населення України. Якщо до цього додати ще працівників, які стикаються з шумами на робочому місці, то можна стверджувати, що небезпека шумів у нашій країні є загальною. Для ефективного забезпечення оптимального стану екології необхідно створити акустичні карти і проводити різні дії, скеровані на забезпечення відповідного акустичного клімату [3].

Останнім часом розв'язана значна кількість технічних, організаційних задач, а також завдань індивідуального протишумового та протівібраційного захисту.

Методи зниження рівня вібрацій [6] складаються з виключення джерел вібрації; гасіння вібрацій; використання багатошарових конструкцій та гасячих покриттів; віброізоляції машин та інструментів; застосування активних віброізоляційних систем.

Методи зниження рівня шумів складаються з методів зниження емісії шумів; використання акустичних гасників; пасивних методів охорони перед шумами; звукопоглинально-ізоляційних оббудов; звукоцільних кабін; акустичних екранів; активних методів боротьби з шумами.

Конструкторські методи виключення джерел емісії шумів передбачають: відповідний підбір форм пар кінетичних елементів, а також їхніх функціональних параметрів з метою мінімізації динамічних складових сил взаємодії; зменшення збурень, що виникають при міжзубових ударах в зубчастих передачах шляхом модифікації кутів та ступеня покриття зубчастої передачі; використання зубчатих коліс, виготовлених з полімерних матеріалів у зубчастих передачах малої потужності; уникання збурень, які генеруються в підшипниках кочення; застосування гідрокінематичних муфт, які не переносять вібрацій, а у багатьох випадках компенсують порушення співвісності сполучених валів; застосування елементів механізмів зі зменшеною віброактивністю; виключення гідродинамічних та аеродинамічних сил завдяки регулюванню потоків; уникання надмірного зношення і зумовлених ним люфтів; відповідне змащення; зменшення захаращення приміщень, в яких працюють механізми; зменшення амплітуд вібрації при короткотривалих навантаженнях внаслідок скорочення часу навантаження; зменшення нерівномірності обертового руху використанням відповідних махових коліс, використанням симетричних інструментів, які працюють у протифазі; зменшення сил інерції, що виникають внаслідок статичної та динамічної невідновженості елементів механізмів, які здійснюють обертовий або поступально-зворотний рухи; структурні модифікації за допомогою введення додаткових внутрішніх з'єднань, зменшення неперервності структур, додаткових пружинно-гасячих елементів; відповідний підбір параметрів механізмів і технологічних процесів.

Гасіння вібрації є фізичним процесом, під час якого настає розсіяння механічної енергії, що супроводжує кожен рух [4]. Розрізняють два види розсіяння енергії: внаслідок поверхневих ефектів, які виникають під час відносного руху тіл, та внаслідок внутрішніх ефектів, які виникають під час деформації твердих тіл. У механічних системах сили, що залежать від швидкості є силами опору (гасіння). Напрявлені протилежно до напрямку вектора швидкості, вони намагаються зменшити швидкість розсіяння енергії. Залежність сил опору від швидкості називають характеристикою гасіння. У дослідженні вібрацій найчастіше оперують силою опору яка лінійно залежить від опору — в'язке (внутрішнє) тертя. Під час руху тіла при відсутності змащення або при незначному змащенні виникає опір — сухе тертя. Характеристику гасіння в цьому випадку описують функцією

$$R(u) = T \sin u,$$

де  $T$  — сила сухого тертя.

При русі тіл з великими швидкостями в рідинах чи газах проявляється турбулентне гасіння, характеристику якого описують функцією

$$R(u) = bu^2 \sin u,$$

де  $b > 0$  і залежить від середовища, в якому відбувається рух.

У кожному матеріалі під дією змінних навантажень виникають внутрішні сили опору. Ці сили поділяють на пружні та дисипативні, які спричиняють розсіяння енергії. Дисипативні сили називають силами внутрішнього гасіння. Існує багато причин розсіяння енергії, наприклад: локальна пластична деформація мікрооб'ємів матеріалу; термопружне розсіяння енергії спричинене невідворотними тепловими потоками; розпорошення енергії в матеріалі внаслідок дифузії; ковзання на границі структурних областей; розсіяння пружних сил коливань кристалічної ґратки; феромагнетичний стан матеріалу, спричинений макро- і мікро-вихровими струмами; пружно-в'язкі розсіяння енергії в деяких неметалічних матеріалах.

Внутрішнє гасіння в металах, які є основним конструкційним матеріалом, є незначним, і характеристика гасіння визначається виразом

$$h = E_s / 2pE_M,$$

$E_s$  — втрата енергії в процесі коливань;

$E_M$  — накопичена енергія.

Конструкційне гасіння пов'язане перш за все з процесами тертя і міжповерхневими гасячими ефектами, які виникають при відносному русі твердих тіл. Виникає воно в різного типу з'єднаннях, наприклад, різьбових, заклепкових тощо. У механічних пристроях конструкційне гасіння є основним розсіянням механічної енергії. Це гасіння залежить від типу з'єднань, є нелінійним явищем і залежить від амплітуди та частоти коливань, від рівня навантаження і часу його дії а також від геометричних і структурних параметрів.

Вибір відповідних матеріалів для гасячого покриття, методу покриття або вибір відповідних багатопшарових структур залежить від багатьох чинників зокрема від типу механізму, параметрів конструкції, умов функціонування та амплітуди вібрацій. Характеристику гасіння в цьому випадку розраховують за формулою:

$$h = 3h_2E_2d_2 / E_1d_1,$$

де  $E_1$  — модуль Юнга конструкції без покриття;

$E_2$  — модуль Юнга гасячого матеріалу;

$d_1$  — товщина металевої конструкції;

$d_2$  — товщина гасячого матеріалу;

$h_2$  — характеристика гасіння гасячого матеріалу.

Для створення віброізоляційних конструкцій використовують різні матеріали [6]. Елементами віброізоляційних конструкцій є сталеві та гумові пружини, які відрізняються властивостями та сферою застосування. Характеристика гасіння в загальному випадку залежить від відношення між частотою зовнішньої сили і частотою власних коливань. Чим вищим є статичний прогин пружини під навантаженням, тим вища ізоляція. Окрім перелічених матеріалів, як елементи віброзахисних конструкцій використовуються також ізоляційні коркові плити з металевою вкладкою, плити з джутового волокна, повсть.

Активні віброізоляційні системи характеризуються тим, що в механізм вводять системи автоматичного керування, які підвищують ефективність його роботи, забезпечують низький рівень вібрації. Активні системи містять зовнішнє джерело живлення, яке може надавати або абсорбувати енергію в заданий спосіб з будь-яких місць механізму.

Акустичний клімат визначається вимірюванням рівня акустичного тиску залежно від часу, частоти та простору. Найкращими методами відповідного формування акустичного клімату є комплексні методи поборення шумів [6]. Суттєве зниження рівня шумів можна забезпечити на етапі проектування міст і житлових будинків, комунікаційних трас, фабричних цехів, підприємств і, перш за все, усіх машин та механізмів.

Методи і способи зменшення шумів поділяють на адміністративно-правові (закони, розпорядження, інструкції, нормативи, відповідна організація праці тощо) та технічні (обмеження емісії джерел, трансмісія віброакустичної енергії, діюча редукція шумів).

Обмеження емісії шумів полягає перш за все у зменшенні шуму біля джерела. Це пов'язано з проектуванням та виробництвом безшумних машин і механізмів, відповідно виконаних, які не створюють шумів, що перевищують допустимий рівень. Пов'язане це також із заміною шумних технологічних процесів іншими процесами.

Редукція полягає в мінімізації сил, які зумовлюють коливання, а також в обмеженні їхніх спектрів. Її мета — зменшення амплітуд механічних коливань системи, які спричинюють виникнення звуків. Амплітуда коливань елементів машин або механізмів буде тим більшою, чим більше складових матиме сила, що зумовлює коливання.

Редукція збурень досягається [6] старанним збалансуванням елементів машин і конструкцій, зменшенням жорсткості системи, зменшенням тертя опору, заміною кінематичних пар конструкцій та технологій, старанним виконанням елементів і обмеженням кількості ударів.

Основним завданням акустичних гасників є зменшення енергії акустичних хвиль, що поширюються вздовж осі каналів, через які проходить повітря і газ. З одного боку, вони повинні блокувати поширення шумів, з іншого — не перешкоджати переміщенню робочого тіла вздовж каналу. Рівняння енергетичного балансу акустичної енергії в гаснику записують таким чином

$$E_A = E_{II} - (E_1 + E_2 + E_3) + E_4,$$

де  $E_A$  — акустична енергія вихідної хвилі;

$E_{II}$  — акустична енергія вхідної хвилі;

$E_1$  — енергія відбитих акустичних хвиль;

$E_2$  — поглинута в гаснику акустична енергія;

$E_3$  — акустична енергія випромінена в середовище;

$E_4$  — генерована в гаснику акустична енергія.

Рефлексні гасники — це усілякі фрагменти труби (каналу) зі змінною площею поперечного перерізу. Принцип роботи рефлексних гасників наступний [4]. Акустична хвиля, що поширюється каналом, потрапляє на акустичну сітку, де акустичний опір є або значно більший, або менший від акустичного опору каналу. Тоді незначна частина акустичної енергії може перейти через цю сітку. Акустична енергія, яка проходить через канал, зменшується.

Як абсорбційні гасники здебільшого використовують звукопоглинальні матеріали, якими викладають стінки каналу. Внаслідок процесів тертя в порах звукопоглинального матеріалу відбувається заміна акустичної енергії на теплову.

На практиці застосовують різноманітні гасники, наприклад лабіринтові, в яких, з огляду на зміну напрямку потоку, змінюється рівень звуку; гасники, які зумовлюють витрати акустичної енергії, спричинені дилатацією або компресією хвиль на вході або виході пристрою.

Пасивні методи зменшення шуму полягають у застосуванні відповідних конструкційних та будівельних рішень (кожухи, екрани, корпуси), які розміщують між джерелом шумів та місцем, яке потрібно охороняти, а також прийнятті заходів з метою підвищення акустичного поглинання всередині приміщень, в яких розташовані джерела шумів.

Використання звукопоглинальних матеріалів і систем у житлових та промислових приміщеннях підвищує їхню акустичну поглинальну здатність [9]. Щоб отримати позитивний ефект зниження рівня шумів системами та звукопоглинальними матеріалами, необхідно покрити ними 50 % поверхні стін та стелі. Застосування більшої кількості матеріалів збільшує затрати при порівняно невеликому зменшенні рівня шумів. У низьких приміщеннях, у разі великої площі поверхні підлоги, звукопоглинальні поверхні необхідно розміщувати на стелі. У випадку покриття звукопоглинальними матеріалами лише двох стін, вони повинні бути перпендикулярні, а не паралельні.

Акустичні екрани — це перешкоди, які розміщують на шляху поширення акустичних хвиль, що поширюються від джерела шумів до приймача, установлені таким чином, щоб перекривати траєкторію хвиль з усіх джерел шумів до охоронюваного простору. Акустичного екранування можна досягти не лише встановленням плоских екранів, а й такими перешкодами, як великі споруди, будинки, насипи, рови, лісозахисні смуги.

Суттєве значення в акустичному екрануванні має явище дифракції, яке призводить до зниження ефективності екрана в області акустичної тіні. Зі зростанням довжини звукових хвиль ефективність екрана зменшується.

Основними завданнями при проектуванні акустичного екранування є визначення геометрії екрана, а також розміщення джерела та приймача. Екранування лісосмугою належить до естетично гармонізованих з краєвидом способів зменшення рівня шумів. Мала ефективність виникає з обмеженого гасіння шуму деревами та кущами.

Дерева та кущі з листям зменшують рівень шумів від 0,03 до 0,35 дБ на 1 метр ширини загорожі, а без листя — від 0,01 до 0,20 дБ. Наведені дані стосуються лісосмуги, яка складається з двох смуг, віддалених одна від одної на декілька метрів. Кожна з цих смуг повинна бути створена з густо засаджених дерев та кущів різної висоти. Найкращі ізоляційні властивості мають хвойні дерева.

Вплив шумів і вібрацій на організм людини стає все більш відчутним. Життя спонукає нас до протиставлення цим негативним проявам акустичного клімату, а тим самим до «боротьби» з ними. Майбутнє залежить виключно від нас.

### Література

1. Директива № 1980/2000 Європейського парламенту і Ради Європи від 17 липня 2000 р. — 33 с.
2. Мэрион Дж. Б. Общая физика с биологическими примерами. — М.: Высш. шк., 1986, — 664 с.
3. План дій Україна-Євросоюз, 2005. — 29 с.
4. Поль Р. В. Механика, акустика и учение о теплоте. — М.: Наука, 1991. — 752 с.
5. Ремизов М. Н. Медицинская и биологическая физика. — М.: Высш. шк., 1987. — 431 с.
6. Engel Z. Ochrona srodowiska przed drganiem i halasem. — Warszawa: PWN, 2001. — 287 s.
7. EU-Ukraine parliamentary cooperation committee. Final Statement and Recommendations. ? Kyiv; Donetsk, 2007.
8. ISO 2631 Міжнародний стандарт. Допустимий рівень акустичного навантаження в промислових та житлових приміщеннях. — 2001. — 12 с.
9. <http://www.ctel.msk.ru/btlnf/turism/spr.htm>.

УДК 908 (477)(075.8)

Паньків Н. М.

## ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНО-ГЕОГРАФІЧНИХ РЕСУРСІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ГІРСЬКИХ РАЙОНІВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*Розглянуто один із чинників туристично-рекреційного розвитку гірських районів Львівської області. Охарактеризовано природні особливості і ресурси регіону та властивості їхнього використання.*

Гірські райони Львівщини — це територія найбільшого туристичного освоєння області. Вони можуть репрезентувати цілу низку висококонкурентних турпродуктів, що користуватимуться стабільно високим попитом як на національному, так і на міжнародному туристичних ринках. Природні умови і ресурси, історичні особливості заселення та освоєння гірських районів, специфіка соціально-економічних умов гірських територій є передумовами розвитку гірського регіону. Природні, історичні та соціально-економічні чинники розвитку території сприяють формуванню цілісної системи, що повинна повноцінно функціонувати та брати участь у територіальному поділі праці.

Загальновідомим є те, що гірські території Львівської області у складі Старосамбірського, Сколівського та Турківського районів відносяться до депресивного регіону області, із слаборозвинутою економіко-соціальною та транспортною інфраструктурою. Стан промислових підприємств майже у критичному стані. Обсяг виробництва товарів народного споживання різко зменшився. Низькі ціни на сільськогосподарську продукцію, відсутність ринку збуту товарів, периферійність і важкодоступність районів створюють низка перешкод і проблем щодо економічного розвитку регіону. Негативно впливає на соціально-економічний розвиток території і демографічна ситуація, що характеризується значним скороченням чисельності населення (179,6 тис. осіб у 2006 р. проти 193,8 тис. осіб у 1995 р.). Все це підсилюється слабким розвитком, а іноді й відсутністю розвитку соціально-економічної інфраструктури у гірському регіоні. Складним є питання забезпеченості закладами зв'язку, побутового обслуговування та розв'язання проблем транспортних комунікацій.

Досвід розвинутих країн свідчить про те, що для України розвиток туризму є вкрай важливим та актуальним саме тому, що завдяки йому можна забезпечити нову якість економічного зростання, підвищення добробуту громадян і подолання нерівномірності розвитку регіонів.

Гірські території України володіють величезною різноманітністю туристично-рекреаційних ресурсів, належне вивчення та господарське залучення яких у сферу рекреації і туризму зможе забезпечити до розквіту галузей невиробничої сфери, що пов'язані з оздоровленням, лікуванням, відпочинком, розвагами та всебічним світопізнанням населення.

Нині питаннями рекреаційно-туристичного вивчення Українських Карпат займається низка науковців, кожен у своєму аспекті бачення. Зокрема, А. Мельник аналізує закономірності територіального розподілу рекреаційного потенціалу Українських Карпат, пов'язаного з природними умовами у ландшафтних місцевостях [1]. Проблеми використання гірських лісів Карпат для організації екскурсійно-туристичної діяльності втілені у статі П. Теліша [2]. Інші географічні аспекти розвитку туризму в межах Українських Карпат висвітлені в працях І. Рожка, І. Стеціва.

Карпатська гірська система розміщена в центрі Європи. Це велика і складна екологічна територія, яка впливає на формування кліматичних особливостей на значній площі. В Українських Карпатах зосереджено більше половини видів флори і фауни

нашої країни, а лісові і водні ресурси цього краю вплинули безпосередньо на виникнення й розвиток багатьох галузей господарства гірського населення. Невелику частину території Українських Карпат, розташовану в межах Львівської області, називають Сколівськими Бескидами, що представляють собою не тільки резерват самобутньої природи, а й величезне багатство надр. З метою збереження, відтворення і національного використання природних ландшафтів цього регіону, що мають важливе природоохоронне, естетичне, наукове, освітнє, рекреаційне, оздоровче значення, Указом Президента України № 157 / 99 від 11 лютого 1999 року створено національний природний парк «Сколівські Бескиди» [3]. Бескидські ландшафти становлять собою низько- і середньогірні ландшафти зовнішньої антиклінальної зони Карпат [6]. До Бескидної групи відносять Борівській, Сколівській та Верхньодністровській індивідуальні ландшафти.

Природні рекреаційні ресурси гірських районів Львівщини представлені лікувальними мінеральними водами, лікувальними грязями, озокеритними, кліматичними, водними, лісовими ресурсами. Гірські райони Львівської області за сумарним потенціалом природних ресурсів поступаються лише Закарпаттю (табл. 1).

Провідне місце в структурі рекреаційного потенціалу гірських районів займають лікувальні мінеральні води. З восьми типів мінеральних вод, що використовуються в бальнеології, у межах Львівщини відомі сім, які виділяються у чотири зони поширення. Зона поширення мінеральних вод неспецифічного складу типу «Нафтуся» охоплює майже всю гірську територію і південну частину Передкарпатського прогину. В її межах розташовані Східниця, Верхньосиньєвидненське родовище та близько 40 інших проявів джерел «Нафтусі» [4]. В межах гірської Львівщини також виявлено вуглекислі мінеральні води (с. Климець Сколівського району, с. Боберка Турківського району), є підстави стверджувати про знаходження родовищ гідрокарбонатно-натрієвих вуглекислих вод типів «Боржомі», «Лужанська».

Окрім бальнеологічних ресурсів, гірські райони володіють іншими природними особливостями, які також доповнюють базу розвитку рекреаційно-туристичної галузі регіону. Кліматичні умови гірської території області дозволяють займатися активною туристичною діяльністю протягом 10 місяців у році, за винятком середини березня-квітня та кінця жовтня—середини листопада (с. Дубина, Верхнє Синьовидне, Турка, Розлуч).

Особливу цінність становлять гірські місцевості, придатні для гірськолижного спорту. Найбільш перспективними серед них є Славське, Тисовець, Розлуч, Турка. Крім цього, значним кліматично-ландшафтним потенціалом володіють деякі інші поселення у Сколівському, Старосамбірському та Турківському районах (с. Козьова, с. Верхня Рожанка, с. Волосянка тощо). Для водних видів відпочинку, оздоровлення і туризму найбільш придатними є річки Дністер, Стрий, Опір.

Лісові ресурси - важлива передумова розвитку рекреаційного господарства, серед яких основну роль відіграють ліси першої групи, які в області займають 271,1 тис. га, або 39,3 % від усієї площі. Вони поділяються на ліси зелених зон — 137,7 тис. га, курортні ліси — 11,1 тис. га, ліси спеціального призначення — 2,6 тис. га, заповідні ліси — 2,1 тис. га. Цілющі властивості хвойних лісів здатні вилікувати ревматизм, хвороби шкіри, зміцнити весь організм. Живиця з ялиці білої, наприклад, сприяє загоєнню ран, а шишко-ягодами ялівця лікують висипи на тілі, нирки, сечовивідні шляхи, шлунок, дезінфікують внутрішні органи від вторинної бактеріальної фауни [6].

Загальна площа земельного фонду гірського регіону Львівщини становить близько 383,5 тис. га, з них площа сільськогосподарських угідь складає 141,6 тис. га (38 %), половину з яких займають пасовища і сіножаті (45,9 %). Тому основною галуззю сільськогосподарського виробництва в гірських районах є тваринництво (за винятком Старосамбірського району, де рілля займає 65 % усіх сільськогосподарських земель

Таблиця 1

**Основні форми туризму гірських районів Львівської області та наявність ресурсів**

Розподіл і форми туризму	Туристично-рекреаційні ресурси та місце їхнього прояву
1. Лікувально-оздоровча: — лікування органів травлення; — лікування серцево-судинної системи та опорно-рухового апарату	Гідрокарбонатні і гідрокарбонатно-сульфатні та сульфатні мінеральні води: курорт Східниця
2. Відпочинкова: — відпочинково-оздоровча; — відпочинкова; — соціальна	Кліматичні курорти Бескид та найвідоміші відпочинкові центри: Коростів, Славське, Гребенів, Розлуч, Східниця, Тисовець, Майдан
Гірськолижний туризм	круті схили і сталий сніговий покрив у зимовий період, а також гірськолижна інфраструктура (витяги та підготовлені траси) у Сколівських Бескидах і основні центри: Славське, Тисовець, Орявчик, Розлуч
Кваліфікований туризм: — пішохідний; — велосипедний; — водний; — скелелазіння	Траси для пішохідного і велотуризму у Сколівських Бескидах, Розлучі тощо. Водний туризм — р. Дністер та Стрий. Скелелазіння — Урицькі скелі
Екологічний туризм: — природний, пізнавальний і кваліфікований на території національних парків і ландшафтних парків; -/- на території заказників; — етнографічний	Дидактичні екологічні та тематичні стежки на території національного парку «Сколівські Бескиди» визначені і прознаковані маршрути, обладнаний доступ до цікавих об'єктів (водоспадів, скель)
Конференційний туризм: — ярмарки, виставки, наукові конференції та семінари	Славське — основний центр організації і проведення різних науково-конференційних та семінарських заходів серед гірських районів Львівщини
Сільський туризм: — сільський туризм у курортних місцевостях і гірськолижних центрах; — агротуризм	Приватні будинки у найпопулярніших гірськолижних і оздоровчих центрах (Славське, Східниця, Орявчик).

району), оскільки більшість земельних угідь становлять ліси, пасовища та сіножаті. Незначні площі сільськогосподарських угідь, що припадають на одну особу в межах гірських районів, у поєднанні зі складними соціальними і економічними умовами значно підсилюють процеси сезонної міграції населення [5]. Все це ще більше спонукає до інтенсивного розвитку туристично-рекреаційної сфери регіону, що зможе позитивно відобразитися на працевлаштуванні місцевого населення та соціально-економічному розвитку території в цілому. Крім того, географічне положення гірських районів Львівської області є досить сприятливим за рахунок спільного кордону з Польщею, а також з іншими областями Карпатського регіону (Івано-Франківською і Закарпатською). Це створює можливість розширити економічні, соціальні, культурні та інші зв'язки гірських територій, спільно вирішувати найбільш суттєві проблеми.



Сучасний стан використання існуючого природного туристично-рекреаційного потенціалу гірських районів Львівської області значною мірою визначається економічною ефективністю функціонування мережі підприємств рекреаційно-туристичного обслуговування, що складають матеріально-технічну базу та інфраструктуру рекреації та туризму. На жаль, сучасний рівень матеріально-технічної бази ще далекий від світових стандартів, незважаючи на деякі позитивні зрушення. Тому ключовим завданням сьогодення та найближчої перспективи слід вважати не збільшення кількості туристично-рекреаційних об'єктів і їхніх потужностей, а насамперед налагодження конкурентоспроможного ринку туристично-рекреаційних послуг шляхом модернізації існуючої матеріально-технічної бази та інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери у гірських районах Львівщини.

#### Література

1. Мельник А. Рекреаційний потенціал ландшафтів Українських Карпат // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. геогр. — 2003. — Вип. 29. — С. 39–43.
2. Теліш П. Проблеми використання гірських лісів Карпат для організації екскурсійно-туристичної діяльності // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. геогр. — 2003. — Вип. 29. — С. 112–115.
3. Національний природний парк «Сколівські Бескиди». — Львів, 2003. — 20 с.
4. Панкова Є. В. Туристичне краєзнавство: Навч. посібник. — К. Альгерпрес, 2003. — 353 с.
5. Паньків Н. М. Населення Українських Карпат. — Львів, 2003. — 243 с.
6. Українські Карпати. Природа. — К.: Наук. думка, 1988. — 208 с.

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ

*У статті висвітлено сутність поняття «сільський зелений туризм»; відмінність його від поняття «екотуризм»; принципи розвитку; організаційно-правовий статус сільського зеленого туризму; переваги та недоліки цього виду діяльності. Визначено проблеми, які можна було б вирішити на селі за рахунок розвитку сільського зеленого туризму; пропонуються прямі і непрямі важелі регулювання даного виду діяльності між державою та суб'єктами підприємництва.*

Пошук шляхів розширення господарської діяльності на селі і нових способів використання сільських територій призвів до зацікавленості сільським зеленим туризмом [3:5–7]. На початку ХХІ століття сільський зелений туризм став одним із секторів туристичної індустрії, що динамічно розвивається.

Сільський зелений туризм як соціально-екологічно-економічна категорія щойно входить в обіг широкого українського загалу завдяки окремим науковцям та дослідникам. У зв'язку з такими обставинами значна частина населення, яка причетна до туристичної сфери, з розумінням оцінює проблеми туристичної діяльності, але все ще не знаходить там місця сільському зеленому туризму. Зрозуміло, що за таких обставин годі говорити про швидкий розвиток цієї гілки туристичної діяльності.

На думку дослідників М. Й. Рутинського та Ю. В. Зінька, які цитують Ed. S. Medlik, під сільським туризмом розуміють відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами [8:17].

Ці дослідники вважають, що для успішного розвитку сільського зеленого туризму регіон повинен володіти такими рисами [9]: чисте природне середовище, низький рівень урбанізації та індустріалізації, обмежена інтенсивність сільськогосподарської та лісової продукції, сприятлива аграрна структура (господарства середніх розмірів), гармонійний агрокультурний ландшафт, невеликі доходи людей (що стимулювало б їх зайнятість у цій сфері), вільні ресурси помешкань.

Поняття «сільський зелений туризм» близьке за змістом до поняття «екологічний туризм». Але між ними є різниця, тому що, по-перше, об'єктом екотуризму виступає дика природа (первинні, незаймані діяльністю людини ландшафти), а об'єктом зеленого туризму — вторинні ландшафти, тобто змінені в процесі господарської діяльності людиною.

По-друге, екотуризм передбачає заняття різними формами активної рекреації (піші прогулянки, походи, велосипедний, водний, кінний спорт, збиральництво, рибальство, мисливство, фауністичні та флористичні, культурологічні й етнографічні поїздки) у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому природному середовищу, а сільський зелений туризм — це тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість з метою відпочинку та ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями [4:79].

Тобто сільський зелений туризм — це відпочинково-пізнавальний вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає заняття різними формами активної і більшою мірою пасивної рекреації, без заподіяння шкоди природному навколишньому середовищу і не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти їх потреби.

Тому в основі розвитку сільського зеленого туризму мали б знаходити втілення такі принципи:

— охорона навколишнього природного середовища, мінімізація збитку в процесі туристичної діяльності, екологічний нагляд за станом туристичного освоєння території;

- контрольоване використання технологій туристичного обслуговування;
- соціальна справедливість щодо місцевих громад (прибуток та інші блага від цього виду діяльності мають розподілятися на паритетних засадах, з урахуванням інтересів місцевого населення);
- естетична гармонізація туристичного природокористування (туристична інфраструктура повинна органічно вливатися в історично сформоване середовище і зберігати унікальну своєрідність кожної місцевості).

Згідно з чинним законодавством суб'єкти сільського зеленого туризму мають такий організаційно-правовий статус: сільський зелений туризм як вид підсобної діяльності; сільський зелений туризм як вид малого підприємництва.

Як вид підсобної діяльності сільський зелений туризм полягає в тому, що власники агроосель збувають (або можуть збувати) продукцію власного підсобного господарства.

Як вид малого підприємства — це підприємство, де задіяно близько 25 осіб, а якщо власники займаються виробничою діяльністю (в даному випадку виготовлення сувенірів, предметів, які притаманні лише цій місцевості) — близько 50 осіб [1:2].

Мале підприємство значною мірою визначається трудовим потенціалом, професійним рівнем його робітників. Цілі такого підприємства виходять з концепції людини і мотиваційних чинників.

Відповідно до концепції людини цілі малого підприємства переслідують, з одного боку, досягнення рівня споживання, стану зовнішнього оточення, освіти населення, певного рівня соціального розвитку, медичного забезпечення тощо, а з іншого — його цілі збігаються з цілями середніх і великих підприємств: зберігання матеріального заохочення до праці, поліпшення умов праці, підвищення кваліфікації працівників, зменшення екологічної шкоди та виконання державних програм.

Концепцію розвитку малого бізнесу в Україні на сьогодні характеризують три напрями:

- доступність різних видів ресурсів і можливість використання їх для отримання прибутку (у даному випадку природно-рекреаційних ресурсів);
- ефективне управління і постійне використання інновацій;
- творча ініціатива суб'єкта-господаря, яка стає головним чинником економічних процесів.

За організації бізнесу найбільший інтерес становлять малі підприємства, оскільки вони мають кращі стартові можливості, а цьому сприяє швидкий обіг ресурсів, способи поєднання власності та управління, оперативність у винесенні рішень, високий динамічний розвиток.

Сільський зелений туризм потрібно розглядати як невід'ємну складову програми комплексного соціально-економічного розвитку села і його відродження.

Серед основних передумов розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України можна виділити такі: вигідне розташування (центр Європи, перехрестя транспортних шляхів), сприятливі природно-кліматичні умови, багатий рослинний і тваринний світ, джерела мінеральних вод, багата історико-культурна спадщина, невеликі доходи переважної більшості населення, розвиток сільського зеленого туризму не потребує значних капіталовкладень.

Ми розглядаємо перспективи розвитку сільського зеленого туризму в західному регіоні України, оскільки тут зосереджено близько 40 % історичних цінностей України.

Однак, потрібно виділити й недоліки сільського зеленого туризму, як-от: ним займаються переважно заможні селяни, і це поглиблює соціальне розшарування сільських жителів; туристичний сезон збігається із сезоном польових робіт; культура села поступово відмирає; транспортна віддаленість осередків відпочинку; невідповідність запитам сучасного туриста.

З початку 90-х років минулого століття України у сільській місцевості спостерігаються негативні структурні зміни: зменшення кількості населення, зростання безробіття, зубожіння значної частини населення, що спричинює міграцію (відтік) сільських мешканців до міста в пошуках роботи, а в гіршому випадку — за кордон, погіршення соціального захисту населення, втрата сільської ідентичності.

За рахунок розвитку сільського зеленого туризму можна забезпечити сталий економічний, демографічний розвиток на селі. А саме:

- розширення зайнятості й отримання додаткових доходів жителями сільських місцевостей;
- реалізація продукції власного підсобного господарства;
- забезпечення використання селянських помешкань, підвищення естетики сільських осель;
- поліпшення інфраструктури туристичних послуг;
- розвиток культурної спадщини села, підтримка місцевих звичаїв, обрядів і традицій.

При вивченні проблем розвитку сільського зеленого туризму в західному регіоні України ми зіткнулися з проблемою, яка зводиться до того, що сільський зелений туризм не позбавлений тіньової сфери. Багато приватних осіб, які займаються наданням таких послуг, не маючи відповідних ліцензій і не сплачуючи жодних податків, приймають чималі групи туристів.

Економічні відносини, що виникають між державою і підприємцями, які надають послуги в галузі сільського зеленого туризму, потребують державного регулювання. Вони повинні регламентуватися окремим Законом України «Про сільський туризм».

У сучасних умовах при регулюванні відносин між державою і підприємцями цього виду діяльності послуговуються такими нормативними документами: Законом України «Про туризм» від 15.09.1995р. №3 25/95 — ВР [2], Законом України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003р. № 742 — IV, Законом України «Про ліцензування певних видів діяльності» від 01.06.2000р. № 1775 — III, Інструкцією Державного комітету України про туризм «Про порядок видачі суб'єктам підприємництва спеціальних дозволів (ліцензій) на діяльність, пов'язану з наданням туристичних послуг» від 27 липня 1994 року № 79, Указом Президента України від 02.03.2001 року «Про підтримку розвитку туризму в Україні», Указом Президента України від 14.12.2001 року «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму».

З метою врегулювання юридичних відносин між державою і підприємцями цього виду діяльності, держава повинна використовувати важелі прямого впливу і непрямі важелі регулювання.

Серед важелів прямого впливу належить виділити:

- прийняття законів та інших нормативно-правових актів (зокрема, прийняття Закону України «Про сільський туризм»);
- запровадження ліцензування діяльності та державну реєстрацію підприємства, яке займається сільським зеленим туризмом;
- державний контроль за розміщенням туристичних об'єктів і використанням історико-культурних пам'яток минулого;
- введення стандартизації та сертифікації туристичної діяльності;
- запровадження фінансової гарантії відповідальності туристичних підприємств перед своїми клієнтами.

До непрямих важелів регулювання цих відносин потрібно віднести:

- державну політику розвитку туризму;
- залучення вітчизняних та іноземних інвестицій до розвитку цього виду діяльності;
- створення сприятливого податкового і валютного клімату;

- створення пільг щодо кредитування та страхування туристичної діяльності;
- створення рівних можливостей на ринку туристичних послуг для всіх суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- сприяння розвитку конкуренції і забезпечення дотримання антимонопольного законодавства в цьому виді діяльності.

**Література:**

1. Про підприємства в Україні: Закон України від 27 березня 1991 року.
2. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 325/95 — ВР
3. *Донець Л. І., Романенко Н. Г.* Основи підприємництва. Навч. посібн. — К.: Центр навч. літ., 2006. — 320 с.
4. *Дядечко Л. П.* Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. — К.: Центр навч. літ., 2007. — 224 с.
5. *Кифяк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні. — Чернівці: Книги—XXI, 2003. — 300 с.
6. *Косенко В. М.* Трансформація організаційної структури функціонування сільського зеленого туризму // Матеріали конф. «Відпочинок в сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми і перспективи». — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 30–32.
7. *Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І.* Основи туристичного бізнесу: Навч. посібн. — Київ: Центр навч. літ., 2004. — 272 с.
8. *Рутинський М. Й.* Географія туризму в Україні: Навч.-метод. посібн. 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Центр навч. літ., 2004. — 160 с.
9. *Рутинський М. Й., Зінко Ю. В.* Сільський туризм: Навч. посібн. — К.: Знання, 2006. — 271 с.
10. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. — London: Butterworth-Heinevann Etd., 1993. — P. 43.

Розділ 7.  
**АУДИТОРІЯ**

УДК 91:379.85

Божук Т. І.

**КРАЄЗНАВЧІ РЕСУРСИ У НАВЧАЛЬНИХ КУРСАХ (НА ПРИКЛАДІ  
РЕГІОНАЛЬНОГО ЛАНДШАФТНОГО ПАРКУ «ЗНЕСІННЯ»)**

*У статті висвітлено прикладні аспекти вивчення краєзнавчо-рекреаційних ресурсів студентами вищого навчального закладу за напрямом «Туризм» на прикладі регіонального ландшафтного парку «Знесіння».*

Найбільш дієвим методом екологічної і рекреаційної освіти у вищій школі є активні заходи на території природно-заповідного фонду: екскурсії, експедиції, польові практики, еколого-туристичні походи, спрямовані на активну самостійну індивідуальну чи групову діяльність у природних умовах для отримання конкретних результатів. Під час таких заходів набуваються і проявляються вміння та навички, розвивається спостережливість; учасники можуть безпосередньо виконувати різні природоохоронні заходи. Особливо актуальними такі заняття є для майбутніх менеджерів з туризму, які вивчаючи свою маленьку батьківщину, здобудуть досвід, який у майбутньому буде успішно використовуватися для реалізації рекреаційних потреб і організації відпочинку населення.

Зеленою перлиною міста Львова є регіональний ландшафтний парк (РЛП) «Знесіння», розташований у північно-східній частині міста, який займає площу 312 га, його протяжність із заходу на схід — 3,3 км, з півночі на південь — 1,4 км. Компактна форма, велика площа і значний периметр парку визначають його вирішальний екологічний та естетичний вплив на центральну частину міста і прилеглі території. Парк Знесіння є важливим рекреаційним об'єктом завдяки своїм унікальним природним та культурно-історичним ресурсам, а також зручному розміщенню в межах пішохідної доступності з центральної частини міста [5].

РЛП «Знесіння» виконує природоохоронну, оздоровчу, наукову, рекреаційну, історико-культурну та пізнавальну функції. На території парку існують чотири функціональні зони: заповідна, регульованої рекреації, стаціонарної рекреації і господарська. Зокрема, зона регульованої рекреації займає площу 47,4 га (15,2 %) — це заліснені території північних крутосхилів Знесінської гряди; локальні ділянки північних крутосхилів долини потоку Хоμεць; крутосхили гори Лева. До зони стаціонарної рекреації (76,6 га або 24,6 %) входить Музей архітектури та побуту «Шевченківський гай»; спортивна база «Динамо» з гірськолижною трасою та лижним трампліном; гора Стефана; гора Стара Стрільниця; ставок у малому кар'єрі; великий кар'єр; історичне ядро Старого Знесіння та Старих Кривчиць [7].

Питання зелених зон урбанізованих територій систематично привертають увагу науковців, оскільки ці рекреаційні території повинні функціонувати як специфічні територіально-господарські утворення із відповідним організаційно-економічним механізмом їх регулювання та природоохоронним менеджментом.

Регіональний ландшафтний парк «Знесіння» — привабливий об'єкт для різних галузей досліджень, зокрема над завданнями фонового природничого моніторингу працювали Ю. Чорнобай і О. Вовк [14]; як модель міської зеленої зони розглядає парк О. Завадович [6]; питання природоохоронного менеджменту пам'ятки природи «Гора Лева» вивчав Ю. Зінько [9], проект геоскансена «Камінь і пісок» запропонували О. Завадович, Ю. Зінько, Ю. Чорнобай [8]; М. Елбакідзе, О. Завадович, Т. Ямелинець розробили методику і виконали інвентаризацію природно-територіальних комплексів РЛП «Знесіння» [5]; Койнова І. та Завадович О. розглядали особливості функціонування та можливості збалансованого розвитку парку [10]; є спроби формування екотуристських стежок і туристично-пізнавально-оздоровчих маршрутів на території РЛП «Знесіння» [12, 13]. Питання історичного минулого «Знесіння» висвітлено у роботах Андрусяка М. [1, 2], Лашків О. [11], Завадовича О. і Зінька Ю. [7]. РЛП «Знесіння» присвячено окремий номер «Галицької брами» [3]; видано інформаційно-освітній календар і картосхему; його проблематика неодноразово піднімалася на наукових форумах різного рангу, зокрема видано матеріали Міжнародної конференції «Зелені міські зони — від проблем до розв'язків» [8].

Основна мета цієї публікації — показати, як можна використовувати красзнавчі ресурси під час вивчення навчальних дисциплін у вищих навчальних закладів, поділившись досвідом роботи у Львівському інституті економіки і туризму. Зокрема, до уваги пропонуються методичні розробки практичних робіт, підготовлені та апробовані автором.

Про РЛП «Знесіння» студенти Львівського інституту економіки і туризму, які навчаються за спеціальностями «Туризм», «Готельне господарство», «Менеджмент готельного господарства і туризму», дізнаються на практичних заняттях із курсів «Рекреаційні комплекси», «Рекреація», «Рекреалогія» та «Туристична картографія». Насамперед вони ознайомлюються з науковими публікаціями про РЛП «Знесіння» та картографічними матеріалами, подарованими навчальній лабораторії кафедри теорії і практики туризму і готельного господарства дирекцією парку. Під час екскурсії студенти мають змогу пройтися туристськими стежками парку й оглянути цінні об'єкти — геологічні пам'ятки природи, місця спостережень. Крім цього, у приміщенні еколого-освітнього центру РЛП до їх послуг директором парку О. Завадовичем (люб'язно надані) презентації про парк та відеофільм «Зелені міста». Отримавши такий багатий арсенал знань, студентам не складно виконати творчі практичні роботи.

Наприклад, практична робота «Рекреаційні комплекси урбанізованих територій (на прикладі регіонального ландшафтного парку «Знесіння»)» має за мету ознайомити студентів з історією створення, сучасною структурою та особливостями функціонування РЛП «Знесіння» під час роботи з науковими, довідково-картографічними матеріалами та безпосередньо протягом екскурсії територією цього рекреаційного комплексу.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати такі завдання:

— на основі літературних джерел та інформації, почутої під час екскурсії, охарактеризувати передумови створення та сучасний стан РЛП «Знесіння», а також розглянути існуючі проблеми та шляхи їх вирішення, вказати перспективи розвитку РЛП «Знесіння»;

— розглянути планувально-функціональну організацію РЛП «Знесіння», охарактеризувати туристичну інфраструктуру на території парку;

— вказати значення РЛП «Знесіння» для мешканців міста Львова;

— дати відповідь на запитання: Чи можу я бути корисний парку? Якщо так, то чим саме? Якщо ні, то чому?

Інша практична робота — «Оцінка рекреаційних територій (на прикладі регіонального ландшафтного парку «Знесіння»)» — передбачає оволодіти методикою оцінки

рекреаційних комплексів, розробленою авторським колективом Донецького інституту туристичного бізнесу [4], та виконати рекреаційну оцінку території регіонального ландшафтного парку «Знесіння».

Матеріалами для роботи є таблиця «Показники та критерії оцінки рекреаційних комплексів», картосхема парку «Знесіння», інформаційно-освітній календар «Регіональний ландшафтний парк «Знесіння»»; літературні джерела, формули; власні спостереження студентів під час екскурсії.

Суть першого завдання полягає в тому, що потрібно за допомогою таблиці (методики), формул (1 і 2) та власних спостережень під час екскурсії провести необхідні розрахунки і визначити загальну рекреаційну оцінку території РЛП «Знесіння».

Методика оцінки рекреаційних комплексів є бальною і передбачає визначення експертом певної кількості балів (1, 2 або 3) для того чи іншого показника. Значення показника і його бальна оцінка записуються у відповідних таблицях.

Для виконання цього завдання необхідно спочатку визначити оцінку кожного з блоків («Рельєф», «Водні об'єкти», «Рослинний покрив», «Естетичний потенціал», «Культурно-просвітницькі об'єкти», «Заклади відпочинку», «Культові споруди», «Техногенні показники»), яка розраховується за формулою

$$A_i = e \cdot x_i / n, \quad (1)$$

де  $A_i$  — оцінка рекреаційного блоку в балах;

$x_i$  — оцінка показника в балах (ступінь сприятливості);

$n$  — кількість показників, що беруть участь в оцінці.

Після цього визначають загальну оцінку території, яка складається з різних оцінок за блоками і розраховується за формулою:

$$O = e \cdot A_i / N, \quad (2)$$

де  $O$  — інтегральна оцінка території в балах;

$A_i$  — оцінка рекреаційного блоку в балах;

$N$  — кількість блоків, що беруть участь в оцінці.

Друге завдання практичної роботи базується одержаних результатах рекреаційної оцінки території РЛП «Знесіння» і вимагає аналізу показників, які, на думку студентів-експертів, варто змінити з метою підвищення якості території для цілей туризму і рекреації.

Цікавою є практична робота «Складання карти туристських маршрутів на території регіонального ландшафтного парку «Знесіння» (м. Львів)». Метою цієї роботи є нанесення на топографічну основу туристичних маршрутів, знаючи сучасну структуру та особливості функціонування регіонального ландшафтного парку (РЛП) «Знесіння» і володіючи відповідними картографічними навиками.

Для цього слід виконати такі завдання:

- ознайомитися з туристичною інфраструктурою РЛП «Знесіння» та околицями;
- охарактеризувати існуючі туристські маршрути на території парку.

Третє завдання є творчим і виконується за варіантами, тобто студенти розділяються на чотири групи і кожна з них повинна розробити, нанести на карту туристські маршрути та описати їх для осіб, які мають змогу перебувати на території РЛП «Знесіння» протягом:

- двох год.;
- п'яти годин;
- одного дня;
- двох днів.

У наведеній статті розглянуто три види практичних робіт, що виконуються студентами, які базуються на можливостях пізнання і вивчення туристично-рекреаційних ресурсів свого краю. У результаті цього майбутні менеджери туризму отримають якіс-



но інший рівень підготовки, оскільки набули практичних навичок рекреаційної оцінки території і розробки туристичних маршрутів на території РЛП «Знесіння».

### Література

1. Андрусяк М. З минулого Знесіння. — Львів: «Старе Знесіння»—«Просвіта», 1992. — 24 с.
2. Андрусяк М. З минулого Знесіння. — Львів: Релігійне вид. «Покрова», 2000. — 30 с.
3. Галицька брама. — № 6 (30) червень, 1997. — Львів: Центр Європи. — 40 с.
4. Данильчук В. Ф., Алейникова Г. М., Бовсуновская А. Я., Голубничая С. Н. Методология оценки рекреационных территорий. — Донецк: ДИТБ, 2003. — 197 с.
5. Елбакідзе М., Завадович О., Ямелинець Т. Методичні аспекти інвентаризації зелених зон урбанізованих територій (на прикладі регіонального ландшафтного парку «Знесіння») // Вісн. Львів. ун-ту. Серія геогр., 2005. — Вип. 32. — С. 96–109.
6. Завадович О. Регіональний ландшафтний парк «Знесіння» як модель міської зеленої зони // Зелені міські зони — від проблем до розв'язків: Матеріали Міжнар. конф. — Львів, 2005. — С. 92–101.
7. Завадович О. Зінько Ю. Регіональний ландшафтний парк «Знесіння» у Львові: минуле, сьогодення, майбутнє // Зелені міські зони — від проблем до розв'язків: Матеріали Міжнар. конф. — Львів, 2005. — С. 153–156.
8. Зелені міські зони — від проблем до розв'язків: Матеріали міжнар. конф. — Львів, 2005. — 238 с.
9. Зінько Ю. Природоохоронний менеджмент пам'ятки природи «Гора Лева» у регіональному ландшафтному парку «Знесіння» // Зелені міські зони — від проблем до розв'язків: Матеріали міжнар. конф. — Львів, 2005. — С. 185–189.
10. Койнова І., Завадович О. Особливості функціонування та можливості збалансованого розвитку регіонального ландшафтного парку «Знесіння» // Вісн. Львів. ун-ту: Серія геогр., 2005. — Вип. 32. — С. 121–129.
11. Лашиків О. Знесіння. — Львів, 2002. — 50 с.
12. Тимоциук І., Божук Т. Екотуристськими стежками регіонального ландшафтного парку «Знесіння» // Маркетингові дослідження на ринку товарів та послуг: Тези доп. І Всеукр. наук.-практ. конф., Львів, 22 грудня 2006 р. — Львів, 2007. — С. 106–109.
13. Туристично-пізнавально-оздоровчий маршрут у регіональному ландшафтному парку «Знесіння». — Львів, 2004. — 52 с.
14. Чорнобай Ю., Вовк О. Регіональний ландшафтний парк «Знесіння» і завдання фонового природного моніторингу // Зелені міські зони — від проблем до розв'язків: Матеріали Міжнар. конф. — Львів, 2005. — С. 172–178.

УДК: 504:371.134.796.5

Фастовець О. О.

## РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

*У статті розглядаються основні напрями вдосконалення екологічної підготовки майбутніх менеджерів туристичної індустрії у ВНЗ: екологізація спеціальних туристичних дисциплін у контексті збалансованого розвитку туристичної галузі, розвиток екологічної компетентності спеціаліста в процесі вивчення фаховоорієнтованого курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень». Висвітлені етапи розвитку екологічної компетентності майбутніх менеджерів туризму.*

Національна доктрина розвитку освіти вбачає подальший розвиток в «утвердженні пріоритетів сталого розвитку» [5, 4]. Перехід України на засади сталого розвитку та приєднання до умов Болонського процесу виявили необхідність удосконалення підготовки кадрів для сфери туристичної діяльності та формування моделі освіти фахівця, здатного забезпечити сталий розвиток туристичної галузі. Необхідність екологічної підготовки кадрів для сталого розвитку туристичної галузі зумовлена тим, що реалізація моделі сталого розвитку передбачає перехід від парадигми захисту (охорони) природи до парадигми підпорядкування економічного розвитку екологічному імперативу взаємодії суспільства та природи.

Проблема підготовки фахівців для галузі туризму розглядалась у публікаціях українських дослідників С. Грибанової, О. Дмитрука, І. Зязюна, О. Любцевої, Н. Нічкало, С. Поповича, Л. Сакун, Т. Ткаченко, В. Федорченка, Н. Фоменко, Г. Цехмістрової. Питання екологічної підготовки студентів у ВНЗ висвітлювали у своїх працях сучасні філософи (М. Бауер, М. Бомба, О. Васюта, С. Васюта, Т. Гардашук, М. Кисельов, В. Крисаченко, О. Салтовський, Г. Філіпчук) та спеціалісти з педагогіки (В. Аніщенко, Т. Вайда, В. Вербицький, М. Дробноход, Л. Лук'янова, В. Некос, О. Плахотнік, Г. Пустовіт, Н. Пустовіт, С. Совгіра, О. Тімець, Т. Тимочко, А. Червонецький, М. Швед, С. Шмалей). Проблему екологічної компетентності студентів у вищій школі досліджували С. Вітвицька, Г. Дюрдієва, І. Єрмаков, Н. Олійник. На екологічній складовій змісту професійної підготовки майбутніх фахівців туризму наголошували Т. Сокол, В. Федорченко, Н. Фоменко.

Узагальнюючи праці цих авторів, ми дійшли висновку, що ґрунтовних досліджень з проблематики екологічної підготовки майбутніх менеджерів туристичної індустрії в контексті збалансованого розвитку у ВНЗ не проводилось. Разом з тим необхідно зазначити, що до початку 90-х років ХХ ст. в Україні взагалі не існувало і спеціалізованих закладів вищої освіти для підготовки фахівців у галузі туризму.

Таким чином, можна констатувати наявність протиріч між вимогами, які суспільство висуває до екологічної підготовки майбутнього менеджера з туризму, основним критерієм якої на нашу думку виступає професійна екологічна компетентність та реальною педагогічною практикою підготовки майбутніх менеджерів із туризму.

Аналіз педагогічної та спеціальної туристичної літератури, архівних джерел виявив тісний зв'язок між станом екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму, розвитком природничих наук, педагогічної думки, туризмології. У розвитку екологічної підготовки майбутніх менеджерів туризму ми виділяємо кілька етапів:

— на першому етапі (XVII — поч. ХХ ст.) відбувалось введення природознавства до програми середньої школи, формування екскурсій у природу як первісної форми туристичної діяльності та складової педагогічного процесу; функції менеджерів туризму, як правило, виконували безпосередньо самі педагоги, водночас починають виникати перші клуби, товариства, спілки, що на комерційній основі виконують організаційні функції; була розпочата курсова підготовка до проведення екскурсій в природу;

— на другому етапі (1918–1970 рр.) популярність подорожей та екскурсій зумовила розвиток галузевої системи курсової підготовки та підвищення кваліфікації екскурсодів природознавчої та краєзнавчої тематики, організаторів екскурсій, гідів-перекладачів; було розпочато викладання методики проведення екскурсій у вищих навчальних закладах педагогічного профілю; екологічна складова професійної підготовки працівників на курсах представлена природоохоронною проблематикою;

— на третьому етапі (кінець 1970–1980-х рр.) склалося розуміння універсальної значущості екологічної освіти, було сформульовано її основні принципи: міждисциплінарний підхід у процесі формуванні екологічної культури спеціаліста; систематичність та безперервність вивчення матеріалу екологічного спрямування; єдність інтелектуальних та емоційно-вольових засад у діяльності з вивчення та охорони природного середовища; взаємозв'язок глобального, національного і краєзнавчого висвітлення екологічних проблем у навчальному процесі; розпочалась підготовка фахівців вищого рівня для сфери туризму у ВНЗ України на географічних факультетах Київського державного університету імені Тараса Шевченка і Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського; програма підготовки географа-краєзнавця (методиста туристичної справи) містила курс «Охорона природи»;

— на четвертому етапі (1992–2002 рр.) від формування психологічної настанови на раціональне природокористування, охорону природи взагалі перейшли до формування екологічної свідомості, культури, моралі, етики. Як зазначають дослідники М. Я. Бомба, О. С. Дмитрова, М. І. Бомба, «Екологічна культура це відповідальне ставлення до довкілля, насичення екологічним змістом усіх видів людської діяльності...» [1:150]. Основною метою проголошується підпорядкування економічного розвитку екологічному імперативу взаємодії суспільства і природи.

Аналіз стану розвитку системи підготовки кадрів для галузі туризму у вищій школі України характеризувався недостатнім рівнем сформованості наукових та педагогічних шкіл у напрямі підготовки управлінських (менеджерських) кадрів для сфери туризму. Необхідність інтеграції до світового освітянського простору сприяла запровадженню в 1994 р. напряму підготовки фахівців з вищою освітою «Менеджмент» на базі Інституту туризму Федерації профспілок України, Київського торговельно-економічного інституту (зараз Київський національний торговельно-економічний університет), Донецького інституту туристичного бізнесу. Сформувалась уніфікована спеціальність за напрямом 6.050200 «Менеджмент організацій», у межах якої розвиваються спеціалізації, за якими здійснюється підготовка фахівців для певних сегментів індустрії туризму, у тому числі екологічного.

Відбулось усвідомлення необхідності стандартизації системи підготовки та подальшого розвитку освіти в контексті збалансованого розвитку. Паралельно з цим з 2004 р. започатковано підготовку фахівців для сфери туризму за напрямом 0504 «Туризм»: спеціальності «Туризм», «Готельне господарство», «Організація обслуговування в готелях і туристичних комплексах». Також підготовку менеджерів для галузі туризму здійснюють у межах спеціальності «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності» (спеціалізація «Готельне господарство і туризм»). Проводять підготовку фахівців для туристичної діяльності в педагогічних вузах (спеціальності «Географія» та «Історія» (краєзнавчо-туристична робота), «Фізична культура» (туристична робота).

За нашими підрахунками близько 90 ВНЗ здійснюють підготовку майбутніх менеджерів для туристичної галузі на рівні бакалавр або магістр за спеціальностями «Менеджмент організацій» та «Туризм», «Готельне господарство» (рис. 1)

Понад 50 % ВНЗ III–IV рівнів акредитації сконцентровано в АР Крим (16, що становить 17 % від загальної кількості); у м. Києві (14, що відповідає 15 %); Львівсь-

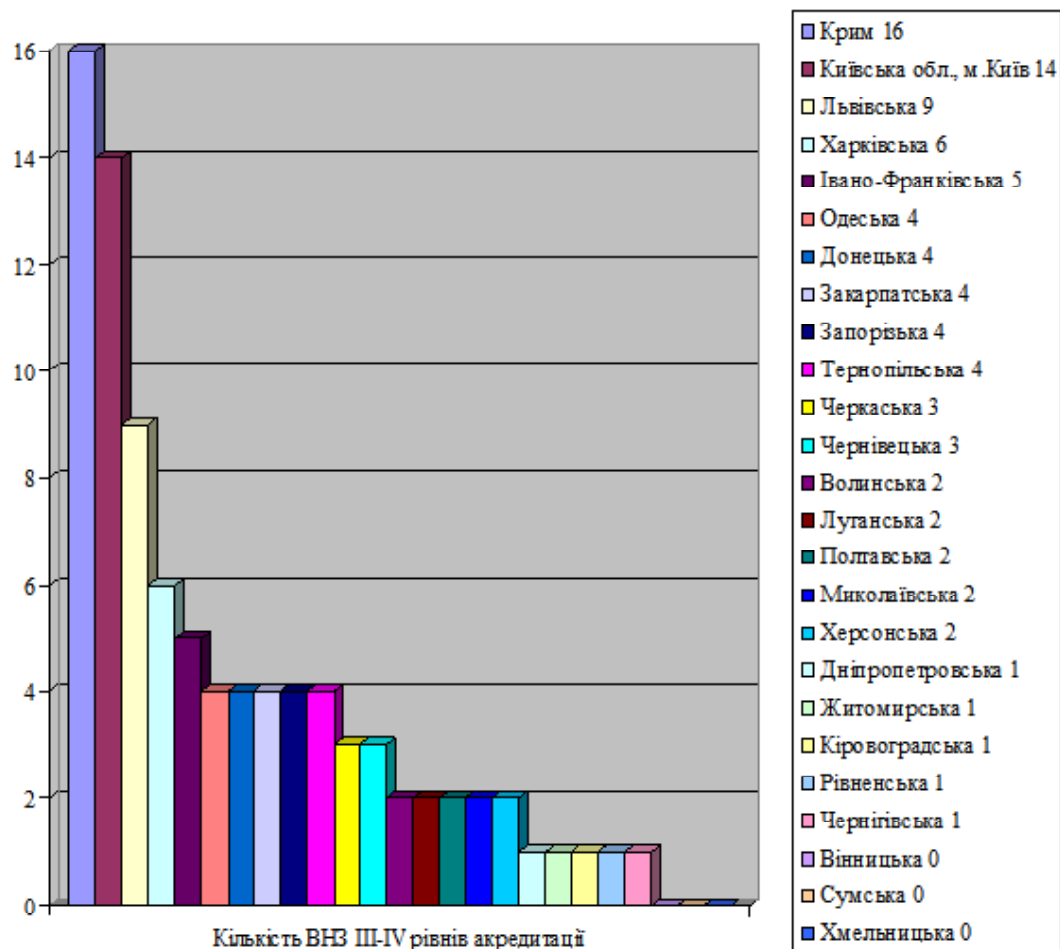


Рис. Розподіл ВНЗ по областях України

кій обл. (9, що складає 9 %); Харківській обл. (6, що дорівнює 6 %); Івано-Франківській (5, що відповідає 5 %).

Програми підготовки формуються на різних підходах і на основі різних галузей знань базової освіти. Тому після приєднання України до Болонського процесу набуває особливого значення наукове обґрунтування та методичне забезпечення підготовки фахівців для певних сегментів туристичної індустрії. Як свідчать дослідження Т. Ткаченко, міжнародною стандартною класифікацією освіти (МСКО) передбачено, як мінімум, два напрями, за якими можлива підготовка фахівців для сфери туризму: «Бізнес і управління» (у тому числі «Менеджмент», п. 34 МСКО) та «Сфера обслуговування» («Готельне обслуговування і сфера харчування» і «Подорожі та туризм», п. 81 МСКО) [9:400]. В Україні наприкінці 2006 р. (Постанова Кабінету Міністрів України за № 1719 від 13 грудня 2006) було введено в дію перелік напрямів підготовки фахівців у ВНЗ за освітньо-кваліфікаційним рівнем «бакалавр», що включає три напрями підготовки фахівців: менеджмент (код 6.030601), туризм (код 6.010207), Готельно-ресторанна справа (код 6.140101).

На думку експертів Світової організації туризму, сучасному стану розвитку туристичної галузі притаманні дві основні тенденції: глобальне розповсюдження високотехнологічних стандартизованих туристичних послуг та диверсифікація туристичного попиту, що сприяє і активному розвитку нового напрямку — екологічного туризму. В основу

розвитку екотуризму покладено три основних принципи: частка доходів від обслуговування туристів спрямовується на охорону природи; відбувається дотримання вимог охорони природи, туристична поїздка має пізнавальну мету. Реалізація цих тенденцій зумовила необхідність підвищення екологічної компетентності майбутніх фахівців туристичної галузі України.

Ми поділяємо думку В. Т. Лозовецької про те, що формування компетентності окреслює ступінь підготовки працівника до розв'язання професійних завдань. Компетентність означає здатність до ефективного виконання професійних обов'язків, що забезпечується певними знаннями та уміннями [4:78].

Метою професійної підготовки є досягнення майбутнім фахівцем певного рівня професіоналізму, тобто «здатності компетентно виконувати функціональні обов'язки; рівня майстерності, який відповідає складності виконуваних завдань» [14:379]

В своїх працях дослідник В. К. Федорченко розширює та конкретизує поняття компетентності: «При здійсненні модернізації системи підготовки в поняття компетентність включають: виконання індивідуальних обов'язків на певному місці праці та суміжних професійних обов'язків, здатність знаходити рішення в нестандартних ситуаціях, професійну відповідальність за результати праці та здатність застосовувати знання та вміння в складних умовах діяльності» [12:155]. На думку Н. А. Фоменко, необхідно виділяти особистісну компетентність фахівця сфери туризму (аксіологічну, персональну, інформаційну, екологічну, валеологічну) та професійну компетентність (соціальну, комунікативну, організаційну, пошуково-реконструктивну, анімаційну, аутокомпетентність), а «екологічна компетентність ґрунтується на знаннях загальних законів розвитку суспільства і природи, в тому числі екологічної відповідальності за професійну діяльність» [13:129–130].

Вивчення та узагальнення наукових публікацій з даної проблематики, дозволяє стверджувати, що єдиного підходу до визначення поняття «екологічна компетентність» не сформувалось. Екологічна компетентність в загальних рисах розумілась як здатність особистості адекватно сприймати навколишнє оточення як середовище існування, формувалась природним шляхом. На думку дослідника А. О. Горелова, сутнісною основою екологічної компетентності є гармонізація взаємовідносин між людиною і природним середовищем, що здійснюється за трьома аспектами: гармонія пізнання навколишнього світу; гармонія створення зовнішнього середовища існування людини; гармонія внутрішнього середовища людини [2:212]. Тому екологічно компетентна особистість повинна мати знання, високі моральні якості, усвідомлювати відповідальність за результати своєї діяльності.

Спираючись на праці британського дослідника Дж. Равена, українська авторка Г. Г. Діордієва зауважує, що під екологічною компетентністю слід розуміти «специфічну здатність, необхідну для ефективного виконання конкретної дії у певній галузі, що включає вузькоспеціальні знання, уміння, способи мислення, а також відповідальність за свої дії» [3:268].

Дослідник Н. Ю. Олійник пропонує розглядати «екологічну компетентність як інтегрований результат навчальної діяльності студентів, який формується передусім завдяки опануванню змістом предметів екологічного спрямування та набуттям досвіду використання екологічних знань у процесі навчання предметів спеціального та професійного циклів» [7:143].

Узагальнюючи викладені підходи, зазначимо, що екологічна компетентність майбутнього фахівця з туризму реалізується під час конкретної ситуації, тому її потрібно розглядати як здатність діяти з метою розв'язання проблеми. Отже, бути компетентним — означає вміти мобілізувати в певній ситуації здобуті знання та досвід і мати

адекватну поведінку, що спрямована на конкретні дії. Тому, структура екологічної компетентності повинна містити такі компоненти: знання (фахові, екологічні та інші), екологічні вміння та навички, спроможність до самоосвіти та самовиховання, здатність отримувати від роботи конкретні результати, вирішувати творчі завдання.

Необхідно зазначити, що компетентність фахівця проявляється за умови особистої зацікавленості в певному виді діяльності. Тому усвідомлення студентами екологічних цінностей, у тому числі екологічного імперативу є однією з основних цілей при формуванні екологічної компетентності.

Ми погоджуємося з думкою Г. Г. Діордієвої [3:270], що у формуванні екологічної компетентності особистості можна виділити певні рівні:

- адаптаційний (під час якого відбувається усвідомлення чинних екологічних норм та оволодіння екологічно відповідними формами і засобами діяльності);
- індивідуалізований (для якого притаманний пошук особистістю засобів і способів здійснювати діяльність, спрямовану на збереження екологічно чистого середовища, а також усвідомлення необхідності суспільної та особистої важливості цієї діяльності);
- інтеграційний (коли відбувається детермінація протиріч між сформованими прагненнями бути максимально відповідними соціокультурним вимогам суспільства і власним потребам особистості, які відповідають її цінностям, сприяють успіху суспільної діяльності).

До програми підготовки фахівців доцільно внести ключові теми збалансованого розвитку. Особливу увагу слід приділити дисциплінам, пов'язаним з основним колом обов'язків фахівців конкретного профілю і впливом їхньої діяльності на соціально-економічні умови і стан навколишнього середовища [8:11]. Реалізація цих положень у процесі вивчення фаховоорієнтованої дисципліни «Організація транспортних подорожей та перевезень» відбувається через вивчення певних модулів, структура яких передбачає такі етапи навчального процесу: мотиваційний, операційно-пізнавальний, рефлексивно-оцінювальний.

Мотиваційний етап дозволяє студентам усвідомити основну мету вивчення модуля, його місце і значення у навчальному процесі. Зокрема, під час роботи над першим модулем студенти усвідомлюють суть ідеї глобальної екологічної кризи, що постала перед людством, та ідеї сталого розвитку, значення екологічних чинників та їх вплив на життєдіяльність людини. Особлива увага приділяється ролі та місцю транспортних засобів (водних, залізничних, авто, авіаційних) в організації туристичної діяльності. Основною формою взаємодії учасників навчального процесу на цьому етапі є програмні лекції, в яких окреслюються головні шляхи розкриття змісту і сутності навчального матеріалу. Це стимулює студентів до самостійного здобуття як теоретичних, так і практичних знань.

На операційно-пізнавальному етапі студенти, окрім спеціальних знань та умінь, що визначені навчальною програмою курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень», набувають знань, вмінь та навичок екологічної діяльності, що свідчить про формування екологічної компетентності. На цьому етапі основними формами роботи є практичні заняття, на яких в організаційній єдності використовуються фронтальні та індивідуальні форми пізнавальної діяльності студентів, робота у невеликих групах під час самостійного виконання проектів екологічного спрямування. Такі завдання одночасно є мотивом для засвоєння теоретичного матеріалу і способом його практичної реалізації, а також викликають потребу у пошуку додаткових знань.

Рефлексивно-оцінювальний етап розвиває у студентів рефлексивну діяльність, самооцінку своєї роботи, узагальнення та систематизацію матеріалу. Завдання цього етапу реалізуються найчастіше через захист проектних робіт екологічного спрямування, проектів, що мають екологічну складову. Специфіка таких завдань полягає в тому, що здійснюється реалізація як навчальних цілей (розширення та поглиблення теоретичної

бази екологічних знань, надання результатам практичної значущості), так і науково-дослідних. Виконуючи роботу, студенти самостійно працюють з додатковою навчальною на науковою літературою, інформацією з інших джерел, зокрема Інтернет, вчать аналізувати та критично оцінювати її. Усе це надає навчанню дослідницького, творчого спрямування, що сприяє розкриттю творчого потенціалу студентів.

Під час модульного контролю використовуються тестові завдання з курсу, система діагностичних контрольних завдань для визначення рівнів сформованості компонентів екологічної компетентності (мотиваційного, інтелектуального, діяльнісного) і рейтингова система для оцінювання результатів пізнавальної діяльності студентів.

Формуванню екологічної компетентності в умовах кредитно-модульної системи сприятиме впровадження комплексу методичного забезпечення навчальних курсів. Такі комплекси включають навчальну програму з курсу, підручник з глосарієм, посібник для самостійної роботи з тематичним оглядом літератури, вправами для закріплення матеріалу, тестами для самоперевірки знань тощо. Прикладом комплексу методичного забезпечення курсу є розроблений автором посібник «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів» [10], методичні рекомендації «Екологічна складова змісту курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів» [11].

Таким чином, узагальнюючи викладене, можна зробити такі висновки:

- у процесі здійснення професійної підготовки майбутнього менеджера з туризму формується екологічно компетентна особистість професіонала, що володіє знаннями, моральними якостями, усвідомлює відповідальність за результати своєї діяльності;

- екологічна компетентність майбутнього фахівця з туризму проявляється під час конкретної ситуації, тому здійснюється на основі діяльнісного підходу;

- екологічна компетентність особистості може проявлятися лише в органічній єдності з цінностями людини, тому усвідомлення студентами екологічних цінностей, у тому числі екологічного імперативу, є однією з основних цілей при формуванні екологічної компетентності;

- формування екологічної компетентності має певні рівні: адаптаційний, індивідуалізований, інтеграційний; перехід студента з одного рівня на якісно вищий свідчить про вдосконалення екологічної компетентності;

- формування екологічної компетентності доцільно здійснювати під час вивчення фаховоорієнтованих дисциплін у три етапи: мотиваційний, операційно-пізнавальний, рефлексивно-оцінювальний;

- у стандарті підготовки слід зберегти базовий модуль «Основи екології»; здійснити екологізацію змісту фахово-орієнтованих навчальних модулів туристичного спрямування, що сприяє формуванню екологічної компетентності фахівця;

- впровадити комплекс методичного забезпечення навчальних модулів;

- включення до фахових навчальних дисциплін елементів екології підвищує екологічну компетентність майбутнього фахівця, розширює можливості людини вести повноцінний спосіб життя в гармонії з природою.

### Література

1. Бамба М. Я., Дмитрова О. С., Бамба М. І. Екологічні проблеми та формування екологічної культури на початку ХХІ століття // Вісн. Львів. ін-ту економіки і туризму. — Львів: ЛІЕТ, 2007. — № 2. — С. 144–151.
2. Горелов А. А. Экология: Учеб. пособие. — М.: Центр, 1998. — 240 с.
3. Діордієва Г. Г. Застосування нових педагогічних технологій при формуванні екологічної компетентності підлітків // Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. 36. наук. праць. — Київ–Житомир, 2003. — Вип. 5, кн. 1. — С. 268–273.

- 
4. Лозовецька В. Т. Формування компетентності як головної передумови професійного становлення сучасного фахівця туризму // Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. «Культура і освіта фахівців туристської сфери: сучасні тенденції та прогнози», 13–14 жовтня 2004 р. — К: КУТЕП, 2005. — С. 76–81.
  5. Лук'янова Л. Б. Екологічна освіта у професійно-технічних навчальних закладах: теоретичний і практичний аспекти: Монографія. — К.: Міленіум, 2006. — 252 с.
  6. Національна доктрина розвитку освіти // Освіта України. — 2002. — № 33 (329). — 23 квітня. — С. 4–6.
  7. Олійник Н. Ю. Екологічна свідомість студентів гідрометеорологічного технікуму як складова професійної компетентності // Наук. зап. кафедри педагогіки Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна: Зб. наук. праць. — Харків: Основа, 2004. — Вип. XI. — С. 142–147.
  8. Стратегія ЄЕК ООН з освіти в інтересах збалансованого розвитку // Бібліотека Всеукраїнської екологічної Ліги. Сер. Екологічна освіта та виховання. — 2006. — № 3 (27). — С. 11.
  9. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — С. 400.
  10. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: Навч. посібн. — К.: Вид-во ФПУ, 2007. — 233 с.
  11. Фастовець О. О. Екологічна складова змісту навчального курсу «Організація транспортних подорожей та перевезень туристів»: Метод. рекомендації для викладачів та студентів вищих навчальних закладів туристичного профілю. — К.: Вид-во ФПУ, 2007. — 92 с.
  12. Федорченко В. К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму. // За ред. Н. Г. Нічкало. — К.: Вид. й дім «Слово», 2004. — 472 с.
  13. Фоменко Н. А. Педагогіка вищої школи: методологія, стандартизація туристської освіти. — К.: Вид. дім «Слово», 2005. — 216 с.
  14. Энциклопедия профессионального образования: В 3 т. — М.: РАО, 1999. — Т. 2. — С. 379.
-



## ДО ПИТАННЯ ПРО ФОРМУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ

*У статті обґрунтовано актуальність проблеми підвищення ефективності морального виховання студентів, метою якого є розвиток та вдосконалення навичок морального самопізнання, розглянуто основні компоненти змісту формування моральної особистості, а також мотивацію моральної діяльності як потужний рушій системи формування моральної свідомості та самосвідомості молодого людини.*

Тяжіння українців до європейських стандартів якості життя, зумовлюючи трансформаційні процеси в Україні в напрямку інтеграції до Європейського соціокультурного простору, засвідчує не лише європейськість українського народу, і його готовність сприймати основні тенденції сучасного розвитку і наслідувати їх.

Йдеться про здатність і відповідні вміння окремого індивіда успішно здійснювати свою життєдіяльність в інноваційному за типом розвитку суспільстві, що вимагає інноваційного типу мислення та інноваційного типу дій. Сучасна молода людина повинна бути спроможною протистояти викликам сьогодення: від техногенних до потужних, на жаль, часто суперечливих інформаційних впливів на людину. А для цього їй потрібно володіти необхідними знаннями основ як своєї життєдіяльності, так і суспільного буття, мати відповідну методологічну культуру, бути спроможною до глибоко осмисленої діяльності.

За таких умов одним із першочергових завдань вищої школи має стати не лише продукування компетентного фахівця, але й цілеспрямована підготовка молодого людини до життя в сучасному суспільстві, людини, здатної до перманентного розвитку, самодостатньої, морально зрілої особистості з високим рівнем свідомості й самосвідомості. Поза розвинутою свідомістю й самосвідомістю, на думку учених-психологів, педогогів, немає й не може бути морально повноцінної особистості, здатної досягти своє місце в світі й сенс життя, морально самовизначитися й реалізувати свою соціальну сутність [7].

Очевидно, проблема підвищення ефективності формування моральної особистості як невід'ємної складової освітньої підготовки студента є актуальною та своєчасною, зокрема, для практичної реалізації концепції формування справді вільного громадянина, «здатного розв'язувати і щоденні виробничі, і масштабні завдання, що забезпечили б не просто виживання, а й прогрес нації» [1].

Нам судилось жити в час змін. Якщо в суспільстві назріла потреба оновлення усіх сфер життя, це вимагає оновлення змісту й деяких понять моралі. Традиційно моральність особистості безпосередньо пов'язують з діяльністю її розуму, підкреслюючи провідну роль розуму в моральній оцінці й регуляції своєї поведінки, намагаючись людини гармонізувати власну природу, середовище й виховання, особистий соціальний інтерес, егоїзм й совість, самоповагу й громадську думку. Людина досягає свою моральну сутність, здійснюючи ряд вчинків у процесі вибору між добром і злом за допомогою розуму й совісті. Розвиток самосвідомості відображає тілесні й духовні зміни в людині, котра досягає свою сутність в діалозі з іншими людьми, притому самолюбство й бажання особистого щастя неможливі без любові до них. Сучасні непрості суспільні процеси вимагають підвищення активності самосвідомості особистості, високого ступеня зрілості суспільної й індивідуальної моральної свідомості. Лише моральне самоусвідомлення особистості з її адекватним ставленням до цінностей репрезентує сьогодні ту духовну силу, котра здатна утримати суспільство від розрухи й хаосу.

Становлення моральної самосвідомості молодого людини неможливе без самопізнання. Низка філософів, психологів (Р. Д. Азімова, А. Г. Спіркін, І. І. Чеснокова та ін.)

трактують самопізнання як одну з провідних функцій самосвідомості особистості. Без сумніву, усяке знання є ідеальною формою світосприйняття, адже щось виникає для свідомості постільки, поскільки вона знає це щось. Знання людини про її власний соціальний статус, внутрішні можливості та зовнішні дії є найважливішим способом реалізації її самосвідомості. Але, як відомо, людське світосприйняття та знання є частинними, тому необхідною умовою самовдосконалення особистості, її самосвідомості є постійний пошук Вічних істин, які уможливають самопізнання і досягнення повноти людської свідомості й самосвідомості, що можна вважати одним з найважливіших завдань, які стоять перед родом людським. «Око — то світильник для тіла. Тож як око твоє буде здорове, то й усе тіло твоє буде світле» [2].

Таким чином, моральне самопізнання ми розглядаємо як необхідну умову самореалізації кожної особистості. Необхідність у такому виді розумової діяльності зумовлена суспільною потребою в оптимальній регуляції кожною людиною своєї моральної діяльності на основі достатньо повної та правильної інформації не лише про навколишнє середовище — його моральні розпорядження, очікування, заборони, — а й про себе самого — свої внутрішні мотиви, що спонукають до певних дій, свої права та обов'язки, переконання та домагання.

Слід пам'ятати, що пізнавальний інтерес до власної особистості, особливо, у студентському віці, зумовлений потребою молодої людини в самоорієнтації та самореалізації, самоствердженні та самовдосконаленні в процесі спільної діяльності та взаємного спілкування з іншими. Водночас принципове обмеження пізнавальних можливостей людини щодо себе детермінує приниження та викривлення життєвих функцій самосвідомості, значно зменшує її можливості усвідомлювати те, що вона думає, відчуває, робить.

Формування моральної свідомості та самосвідомості студента повинно пронизувати усі грані, усі площини, усі аспекти його навчально-пізнавальної діяльності. Слід зазначити, що цю складову навчального процесу необхідно розглядати як цілісну систему, визначальним чинником якої є зміст. Дидактично доцільним є «трактування змісту як процесу формування особистості, соціальних ідей, що не просто засвоюються, а перетворюються у цьому процесі у внутрішню силу, що спонукає вихованця до адекватної поведінки і діяльності в соціумі» [7]. Водночас зміст формування моральної особистості можна розглядати як підсистему з низкою компонентів:

- пізнавальний компонент, який в основному реалізується в процесі навчання й виховання і передбачає засвоєння основоположних знань про об'єктивну реальність;

- комунікативний компонент, що охоплює різноманітні види комунікації і спрямований на формування комунікативних компетенцій з метою реалізації ефективної комунікації у суспільстві;

- діяльнісний компонент, пов'язаний із формуванням відповідних умінь та навичок у різноманітних видах діяльності;

- праксеологічний компонент як практична реалізація знань і навичок залежно від сформованості рівнів моральної свідомості — раціонального та емоційно-почуттєвого;

- ціннісний компонент, який передбачає не лише розуміння предметів, різноманітних природних та соціальних явищ, але й визнання їх цінності для себе.

Потужним рушієм системи формування моральної свідомості та самосвідомості є мотивація моральної діяльності, яка розглядається, з одного боку, як система моральних спонук особистості, а з іншого — як духовний акт і процес ціннісного вибору найбільш значущих мотивів — суб'єктивних передумов для прийняття рішення.

Моральний рівень мотивації зумовлений і ціннісною орієнтацією особистості, і ситуацією вибору. Історично і онтогенетично здатність людського індивіда до моральної

мотивації виникла з його реакції на соціальні вимоги і перестороги, суспільні стимули і санкції, які спрямовують і водночас обмежують одиничну волю відповідно до загального інтересу. Достеменно відомо, що лише під впливом спонук і примусу з боку інших особистість привчається володіти собою, приборкує в собі інстинкти, контролюючи свої дії власною доброю волею та силою своїх переконань. На необхідності витримки, володіння собою, самодисципліни стосовно своїх афектів, пристрастей, бажань акцентували індійські йоги, римські стоїки. На думку Канта, самопримус до виконання обов'язку, чесноти шляхом тамування в собі природних схильностей є вищим проявом моральної волі [3].

Провідним мотивом для морально зрілої особистості є добровільне виконання обов'язку як усвідомленої потреби. І на цьому рівні самосвідомості виникає необхідність самообмеження, самопримусу, самоприборкання, особливо в ситуаціях конфлікту між суспільним та індивідуальним, альтруїстичним та егоїстичним, соціальним та біологічним, раціональним та емоційним. Людина, особливо в незрілому віці, часто невольна над своїми почуттями, оскільки вони значною мірою формуються і виявляються поза її волею. Але кожен спроможний критично ставитись до власних почуттів, афектів, настроїв, давати їм моральну оцінку, відкидати або приймати їх як мотиви вчинку з огляду на можливі соціальні наслідки. Усвідомлення своєї моральної цінності є результатом осмислення мотивів, цілей-наслідків, способу життя. Це розв'язання багатьох складних «завдань особистого змісту», при цьому «необхідна особлива внутрішня робота, щоб вирішити таке завдання і, можливо, відкинути від себе те, що виявилось» [4].

Визначення морального змісту свого життя є одним з найбільш актуальних і відповідальних завдань, які стоять перед кожною особистістю у будь-якому віці. Молода людина, часто не маючи достатнього життєвого досвіду, необхідного запасу внутрішніх сил — волі, терплячості, смиренності — відчуває глибоку душевну колізію у пошуках змісту свого життя (як і заради чого жити), в подоланні суперечностей між вимогами суспільства і особистих домагань, суб'єктивними задумами і об'єктивними підсумками, у пошуку істини. Помилкові переконання і задуми, які суперечать інтересам прогресивних сил суспільства, псують суб'єктивний зміст і об'єктивне значення життя окремого індивіда. Потреба розуміння сенсу життя і можливостей його реалізації як проблема оцінки власного існування рано чи пізно постає перед молодого людиною, оскільки «розуміння змісту свого життя є необхідною умовою її нормального функціонування, тобто концентрації всіх здібностей, максимального їх використання» [5].

#### Література

1. Бойко А. М. Оновлена парадигма виховання. — К.: Либідь, 1997. — 91 с.
2. Євангеліє від Св. Матвія. 6: 22 // Новий Заповіт. — Б. м.: Геден, 1988. — 397 с.
3. Кант И. Метафизика нравов // Соч.: В 6т. — М.: Мысль, 1964. — Т. 3. — 117 с.
4. Леви В. Я. Искусство быть собой. — М.: Мысль, 1985. — 203 с.
5. Роджерс К. Становление человека. — М.: Мысль, 1997. — 209 с.
6. Рувинский Л. И. Самовоспитание личности. — М.: Мысль, 1994. — 140 с.
7. Сухомлинский В. А. Как воспитать настоящего человека. — К.: Рад. шк., 1975. — 236 с.

УДК 81.255.2

Костишин Л. Р.

## ЕЛЕМЕНТИ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ТА ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ ПРИ РОБОТІ З ПЕРЕКЛАДОМ ФАХОВИХ ТЕКСТІВ

*Вивчення іноземної мови сприяє підвищенню загальноосвітнього рівня та кваліфікації фахівців і розглядається як складовий елемент системи освіти, якому притаманні цілісність, автономність та специфіка.*

Реальністю сьогодення є розширення міжнародних зв'язків України та її інтеграція до світової спільноти. За таких умов усе більше уваги приділяється вивченню іноземних мов, причому це стосується всіх сфер життя, де іноземні мови є ключем для розвитку міжнародних відносин, проведення наукових конференцій, культурного обміну між представниками різних країн та обміну інформацією. Багатомовність вважається необхідною для громадян нової Європи, і відповідно — України. До випускників вищих навчальних закладів висуваються додаткові вимоги щодо володіння іноземними мовами.

Через відсутність у нашому вузі вступного іспиту з іноземної мови рівень підготовки першокурсників з іноземної мови потребує певного вдосконалення. Це пояснюється тим, що шкільна програма недостатньо готує учнів до читати та перекладати текстів, у той час як у вузі головною метою є навчити студента працювати з фаховою літературою, зокрема читання та переклад фахових та професійних текстів, а вступникам часто бракує навичок роботи з книгою та словником, відповідного самоконтролю. У цих умовах звичайні заняття, розраховані на так званого середнього студента, виявляються малоефективними. Для цього потрібна така організація навчального процесу, тобто диференціація та індивідуалізація, при якій викладач, враховуючи рівень підготовки і можливості студентів, допомагає кожному з них оволодіти мовою в оптимальному режимі.

Для визначення вихідного рівня знань студентів викладачі у перші дні занять проводять розподільне тестування. Спочатку студенти перекладають іноземний текст, потім виконують завдання з вибірковою відповіддю і знову повертаються до перекладу.

За результатами тестування можна було б сформувати чотири групи А не справився з текстом, В — не виконав завдання, С — не переклав текст, Д — подолав текст. Хоча в такі групи увійдуть б студенти, підготовка яких не є цілком однаковою, все ж таки можна буде побачити реальний рівень підготовки студентів. Спираючись на виявлений за допомогою тесту орієнтовний рівень знань першокурсників, викладач може орієнтувати процес навчання з більшим ефектом на основі одного з чотирьох робочих планів. Звичайно, рівень підготовки, виявлений такою методикою, є лише орієнтований, і в ході занять він може уточнюватися та коригуватися. Завдання викладача — так мобілізувати індивідуальні можливості або здібності кожного студента, щоб він поступово переходив до планів більш складних і цікавих. З цією метою на кафедрі розроблено індивідуальні завдання диференційованого типу. Методична розробка призначена для вивчення німецької мови студентами I та II курсів усіх спеціальностей, які вивчають курс «Іноземна мова» або «Іноземна мова професійного спрямування», а також для студентів, які вивчають другу іноземну мову.

Методична розробка складена за вимогами навчальної програми. Вона охоплює нормативну граматику та базову побутову і фахову лексику, складається з граматичних вправ для засвоєння й самоконтролю базового граматичного курсу та текстів на побутову і фахову тематику трьох рівнів. Граматичні завдання є різного рівня складності, що дає змогу працювати зі студентами різного рівня знань одночасно. Основною метою посібника є формування у студентів навичок навчальної і комунікативної компетенції під час організації індивідуальної самостійної роботи, що є надзвичайно важливим. Це певною

мірою веде до диференціації в межах самої підгрупи, яка за умов індивідуалізації сприяє успішному навчанню всіх студентів.

Індивідуалізація охоплює кілька сфер:

- організацію занять;
- діяльність студента;
- керівництво викладача.

При зустрічі після тестування викладач пояснює студентам (першокурсникам), як краще навчитися читати та розуміти тексти на професійну та фахову тематику. Студенти перших двох рівнів А і В розпочинають заняття зі знайомства з кафедральними підручниками, посібниками та методичними розробками викладачів кафедри. Практичним аспектом заняття є робота з текстом з подальшим написанням анотації та бесідою по даному тексту.

Викладач, як правило, не веде фронтальної роботи з групою, а моделює заняття з урахуванням індивідуальних здібностей кожного студента. Одержавши від викладача індивідуальні завдання, кожен студент готується самостійно вдома. Викладач консулює та перевіряє роботу студентів на заняттях: студенти з'ясовують все, що для них залишилося незрозумілим, звітують про виконані завдання і одержують нові. Решту часу відведено на індивідуальні аудиторні роботи, які тут же і перевіряються.

Основна мета, поставлена перед студентами перших двох груп, — добре засвоїти граматичний і лексичний мінімум. На наступному занятті для перевірки виконання попереднього завдання організовується загальне та індивідуальне повторення. Студенти рівнів С і Д дістають лише індивідуальні завдання, тому в межах однієї підгрупи схожих завдань не буває (тут дуже важливо залучити одного чи двох студентів до реальних перекладів).

Аналізуючи у вправах чи тексті незрозумілі речення, студент насамперед встановлює просте воно чи складне. У простому — знаходить підмет та присудок, виконує переклад невідомої лексики й термінології та пересвідчившись у тому, що переклад основи речення логічний, студент відтворює його повністю. Складне речення спершу слід розділити на прості й перекласти невідому лексику. Орієнтами для поділу складного речення є сполучники та сполучникові слова, а також пари підмет / присудок. Подібний аналіз — процес творчий: гіпотезу про межі простих речень слід підкріпити наявністю хоча б двох пар підмет/присудок, гіпотезу про два самостійні присудки — присутністю двох підметів і т. д.

Якщо студентові бракує навичок роботи зі словником, він розвиває їх самостійно, враховуючи рекомендації та настанови викладача.

Для кращого розуміння тексту студент знайомими йому термінами та лексичними одиницями визначає його тематику, а вже потім береться за переклад. Виконане завдання обов'язково перечитується, усі незрозумілі слова відзначаються в зошиті, щоб пізніше з'ясувати їх значення з викладачем. Відповідати студент може лише тоді, коли він читає й перекладає текст без допомоги записів та словника.

Таким чином, основною формою спілкування зі студентом стає індивідуальна бесіда з викладачем. Важливо підкреслити, що вона повинна бути цікавою для обох сторін, аргументованою, ефективною, з підходом до кожного студента. В подальшому процесі навчання викладач зможе приділити більше уваги відстаючому студенту, оскільки сильніші студенти можуть працювати самостійно, а викладач лише здійснюватиме контроль.

Для перевірки існує кілька апробованих способів. Насамперед визначають, чи всі невідомі слова й терміни опрацьовані студентом та виписані в зошит і чи вірно підібрані їх відповідники. Тому під час обговорення та перевірки завдання викладачеві слід вимагати від студента пояснення того чи іншого значення слова, обґрунтовувати логічність вико-

наного перекладу та вимагати правильного оформлення письмового перекладу, або переклад слід набирати на комп'ютері.

Звичайно неясності можуть трапитись і там, де студент їх не виявив, оскільки вони виникають саме під час відповіді студента. Викладач допомагає студенту усвідомити допущену ним помилку, зрозуміти її причини і виправити. Бувають помилки через неувважність, недосвідченість, проте частіше — невміння правильно розбирати речення. Саме цим пояснюється більшість граматичних і словникових помилок. З'ясовуючи помилки, студента необхідно навчити прийомам самостійного аналізу речення: просте це речення чи складне, якщо складне, то розкласти його на прості й у кожному з них виявити основу — підмет і присудок. Викладачеві у подібних випадках слід спрямовувати думку студента за допомогою скеровуючих запитань, що дає змогу студенту зрозуміти мовну форму, граматичне або лексичне значення що стоїть за нею. Пряме ж втручання викладача допустиме лише тоді, коли студент не спроможний справитись із завданням.

Важливий чинник ефективності перевірки — виявлення потенційних можливостей студента. Відповідно до конкретної ситуації для тих, хто не справився з завданням, викладач знову роз'яснює порядок роботи над ним, звертає увагу студента на критерії готовності до відповіді, запрошує на консультації, допомагає критично оцінити свої знання.

Описана методика є ефективніша. Оскільки при фронтальному опитуванні, тобто коли студенти по черзі читають та перекладають по декілька речень, викладач не має змоги встановити рівень їх підготовки, тому процес індивідуалізації навчання є змістовнішим і ефективним. Індивідуалізація дає змогу тісно поєднувати знання та навички студентів з вихованням у них сумлінності, відповідальності, самоконтролю, що відповідає умовам сучасної педагогічної науки.

Цілком зрозуміло, що успішне оволодіння читанням неможливе без засвоєння певного граматичного і лексичного мінімуму. Говорячи про це, ми повинні врахувати, що таке навчання — процес творчий і передбачає постійне висування й перевірку різноманітних гіпотез стосовно значень слів і словосполучень, речень і абзаців тощо. А оволодіти таким читанням можна тільки практично, тобто знайомлячись з найрізноманітнішими за формою і змістом текстами. Причому саме читання, оскільки воно не потребує співучасника спілкування, створює найсприятливіші можливості для індивідуалізації навчання.

При індивідуалізації навчання важливою передумовою є атмосфера спілкування на заняттях. Організований, цілеспрямований студент, котрий вже вільно орієнтується в тексті, розуміє і правильно відтворює його, може вимагати не просто завдань із засвоєння мінімуму, а цікавого дозованого читання. Тому у кожному конкретному випадку викладачеві слід тактовно, уміло розв'язувати цю суперечність між рівнем підготовки до читання і власне читанням, обирати разом зі студентом найкоротший шлях до успіху.

Викладачі кафедри систематично оновлюють тексти для читання фахового та професійного спрямування, що дає змогу студентові вже з перших занять приступити до вивчення багатого фахового матеріалу. Викладачі широко практикують індивідуальні заняття з студентами, мета яких — підвищити мотивацію студентів, ознайомити їх з різноманітними видами текстів. Введення державного іспиту з іноземної мови наприкінці курсу стимулює студентів до вивчення іноземної мови.

Кожний студент повинен проїнятися почуттям власної відповідальності за успіх навчання, вболівати за його результати. Чим швидше викладач зуміє виховати в ньому цю рису, тим ефективнішою у подальшому буде їхня спільна робота. Дуже важливо при цьому зацікавити студента навчанням, створити для вивчення мови стійку мотивацію. Пропуски занять, непідготовленість до них часто зумовлені зневірою студента у власних силах, неспроможністю викладача мобілізувати його інтелектуальні ресурси.

Тому наголос слід робити на близькі мотиви — відчуття власного успіху, задоволення від подолання труднощів, хоча постійно мати на увазі головне — оволодіння знанням іноземної мови майбутніми спеціалістами.

Створена відповідно до вимог Болонського процесу програма з іноземної мови враховує більше реальностей навчального процесу. Так, основною метою програми є засвоєння певного обсягу фахової лексики, відповідно до спеціальності. Виділення та опрацювання цих завдань безпосередньо пов'язане з тим, що кількість годин, відведених на вивчення спецкурсу з ділового професійного мовлення, не є великою, тому доводиться організовувати засвоєння курсу професійного ділового мовлення поряд з курсами граматики, фонетики та країнознавства.

Цикл спеціально дібраних чи скомплектованих текстів і завдань або комплекс речень, що супроводжуються завданнями, спрямовані на засвоєння відповідних до теми чи підтеми фахових термінів.

Граматичний і фонетичний матеріал повинен бути підібраний згідно з вимогами програми та органічно поєднаний із запланованими програмою темами фахового і професійного спрямування, організація заняття — як модель потенційного спілкування.

Мотивацією щодо вивчення дисципліни «Іноземна мова» слугує професійна потреба студента стати висококваліфікованим фахівцем і бути конкурентоспроможним на ринку праці, де ситуація складається так, що практично всюди потрібні фахівці, які вміють працювати з комп'ютером і знають принаймні одну іноземну мову. Однією з особливостей вивчення навчальної дисципліни «Іноземна мова» у Львівському інституті економіки і туризму є її професійно орієнтований характер, а також спрямованість на формування професійної комунікативної компетенції, яка розглядається як мовна поведінка, що є специфічною для академічного і професійного середовища.

У програмі слід враховувати той факт, що рівень підготовки з цього предмета в середній школі ще досить низький, а це створює певні труднощі для навчання у вузі. Хоча й передбачається створювати підгрупи двох категорій — для тих, хто продовжує вивчення мови, і для початківців, однак, як свідчать результати розподільних тестів, їх представники не набагато різняться між собою. Досить сказати, що знання з будови мови чи уміння користуватися словником у них приблизно на одному рівні, а тому через півроку першокурсники не можуть ефективно опанувати складні навчальні матеріали.

Один з ефективних шляхів подолання таких суперечностей полягає в поглибленні диференціації навчального процесу.

### Література

1. *Helbig G., Buscha J.* Kurze deutsche Grammatik für Ausländer. — Leipzig: VEB Verlag, 1980. — 245 s.
2. *Fleischer W., Michel G.* Stilistik der deutschen Gegenwartssprache. — Leipzig, 1975. — 208 s.
3. *Васильева М. М.* Практическая грамматика немецкого языка: Учеб. пособие. — 10-е изд., доп. и перераб. — М.: Гардарики, 2001. — 206 с.
4. *Кузько К. Я., Максимчук Б. В., Марченко Л. Г., Сулим В. Т., Поточняк О. П.* Німецька мова для філологів: Підручник. — Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, ПП «Нова книга», 2006. — 536 с.
5. *Неділько А. Г.* До питання застосування автентичних матеріалів для навчання іноземних мов // Іноземні мови. — 1998. — № 4. — С. 11–13.
6. *Лузан П. Г.* Активізація навчання студентів / За ред. А. І. Дьоміна. — К.: Наук.-метод. центр агроосвіти, 1999. — 216 с.

УДК 378.147

Клубчук С. К.

## ФОРМИ АКТИВІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН

*Розглянуто основні питання створення належних умов для активізації самостійної роботи студентів. Визначено форми самостійної роботи. Проаналізовано зарубіжні і вітчизняні джерела з організації самостійної роботи та контролю якості знань і навичок.*

Можна без перебільшення стверджувати, що навчання — це самоосвіта, яка ґрунтується на самостійній роботі студентів. Уся педагогічна й методична майстерність викладача полягає у створенні оптимальних умов для такої роботи. Це особливо актуально для економічних знань, оскільки вони мають стати невід’ємною складовою життєвої практики людини.

Форми активізації самостійної роботи студентів різноманітні. Для прикладу можемо навести такі: задачі та вправи; тренінги; спеціально розвиваючі нестандартні запитання; рольові ігри і вправи; тести на поглиблене розуміння матеріалу; написання рефератів; програмоване навчання та контроль; комп’ютерні ігри тощо.

Крім того, широко застосовуються завдання для самостійного вивчення певної частини навчальної інформації:

- слухання лекцій за заздалегідь розробленими викладачем конспектами-схемами (блок-схемами), що в них студент вносить доповнення, почуті під час лекції;
- проведення занять за заздалегідь визначеною темою з використанням спеціальних навчально-методичних розробок.

У цих формах самостійної діяльності дуже важливе значення має вільний вибір теми, форми і часу виконання праці. Не треба забувати відомого висловлювання Галілея, що не можна примусити людину вчитися, можна тільки допомогти їй відкрити у собі здібності до навчання.

Як вважають спеціалісти, в американських школах поряд із системою відбору та відсіву тих, хто не хоче або не може вчитись, існує ефективна система перевірки знань. Замість малопродуктивного опитування або стандартизованих контрольних робіт — широкий комплекс творчих завдань (доповідь, проект, есе, огляд). Ці завдання ставлять студента у роль дослідника, оскільки охоплюють широкий діапазон від огляду преси до власних роздумів на політичні, економічні і моральні теми.

При підготовці до семінарів і практичних занять студенту необхідно, крім рекомендованої, використовувати іншу літературу за власним бажанням або за порадами викладачів. Дуже корисно систематично читати спеціальні економічні журнали. Всі зміни і доповнення до питань, які вивчаються, їхню послідовність, порядок і форми контролю самостійної праці студентів викладач повідомляє у процесі читання лекцій, практичних та семінарських занять з курсу.

Для організації самостійної роботи використовується така методична література: робоча програма, методичні вказівки, конспекти-схеми лекцій, розроблені викладачем; методичні вказівки до навчально-методичної гри.

У практиці викладання економічних дисциплін застосовують такі форми самостійної діяльності студентів: робота з матеріалом підручника: реферування проблемних ситуацій; аналіз виробничих ситуацій: виконання індивідуальних завдань; побудова «дерева проблем» та «дерева цілей»: самоперевірка з програмованого контролю; розв’язування задач; складання завдань за темами; колоквиум; виступ з рефератом на лекції або семінарі; проведення проблемних семінарів; заняття у виробничих умовах; робота з використанням технічних засобів навчання; участь у навчально-виробничій грі.



Традиційні форми самостійної роботи теж можуть бути об'єктом модернізації. Так робота з підручником і конспектом лекції доповнюється аналізом конспекта-схеми викладача або підготовкою такого конспекта студентами. Під час роботи з розрахунковими формулами студенти отримують завдання на складання схеми взаємозв'язків основних показників тощо. В цьому плані дуже важливо визначити співвідношення між аудиторною та позааудиторною самостійною працею, розробити відповідні методичні рекомендації, а це вимагає спеціального методичного забезпечення навчального процесу.

Активізації пізнавальної діяльності сприятиме і розробка системи навчальних тестів, багатоваріантних завдань, використання кросвордів, коміксів, економічних загадок, вправ з «ключами для самоконтролю», вікторин та диспутів. Дуже велику роль відіграє використання комп'ютерів.

У всьому світі загальноновизнаною стає тенденція до скорочення традиційних лекцій і збільшення практикумів, тренінгів, колективних консультацій тощо. І, ясна річ, в арсеналі кожного викладача економіки в інституті має бути комплекс ігрових занять. Ефективність проведення таких занять багато в чому визначається рівнем організації і самостійної підготовки до них студентів.

З порівняно нових форм організації самостійної роботи студентів і контролю за якістю знань потрібно виділити модульно-рейтингову систему, яка вже два роки застосовується в нашому навчальному закладі.

Існує так звана адаптивна система навчання, що базується на оптимальній моделі заняття і на безперервному управлінні навчальним процесом за допомогою сіткового плану і графіка самообліку. Ця методична технологія базується на теорії поетапного формування розумових дій Г. Я. Гальперіна і діяльнісному підході до навчання О. М. Леонтьєва.

В адаптивній системі навчання сітковий план є моделлю навчального процесу, яка дозволяє кожному студенту бачити наочно все, що він має виконати за тиждень, місяць, семестр. Адаптивна система дає можливість звільнити викладача від виснажливого контролю всіх робіт студентів. Якщо розглядати досвід В. Ф. Шаталова як різновид адаптивної системи навчання, то треба виділити такі елементи:

- укрупнення блоків у вигляді опорних сигналів, що дозволяє значно скоротити час на вивчення теоретичного матеріалу і значно збільшити час для самостійної роботи студентів;
- самостійна робота студентів на занятті і в позаурочний час полегшується за допомогою випереджаючих укрупнених блоків завдань у поєднанні з аркушами відкритого обліку знань (екран успішності);
- можливе використання взаємоконтролю і самоконтролю;
- можлива індивідуальна робота викладача і студента на фоні групи, що самостійно працює (тихе опитування біля столу, контроль відповіді, записаної на магнітофон).

Нетрадиційні форми домашніх завдань. Ми вже говорили про ефективність використання опорних схем у практиці навчання економіки. Великі можливості для запам'ятовування, зрозуміння та оптимізації навчального матеріалу дають також асоціативні малюнки.

Перший в історії ілюстрований підручник «Світ почуттєвих речей в малюнках» був надрукований у 1658 р. Автор — чех Ян Амос Коменський. Цим підручником користувалися в Європі понад 200 років. Мова асоціативних малюнків полегшує сприйняття та запам'ятовування навчальних текстів. Крім того, самі студенти (за незначними винятками), виконуючи такі схеми і малюнки, самовиявляються. Можна робити конспекти-схеми кольоровими, вводити жартівливі гумористичні малюнки тощо.

Проте студенти виконують такі завдання тільки за умови, коли викладач сам володіє цим мистецтвом, коли він легко і невимушено це робить, а зусилля студентів добре стимулюються балами.

Серед інших нетрадиційних форм самостійної роботи студентів можна виділити реферат як форму викладення змісту однієї проблеми або аналізу змісту кількох досліджень з однієї проблеми. Студент має навчитись викладати стисло і точно суть проблеми та підходи до її вирішення.

З метою оцінки самостійної роботи деякі ВНЗ широко використовують форму курсових робіт. Оцінка за курсову додається згодом як складова до загальної екзаменаційної оцінки.

У самостійній роботі студентів велику роль відіграє використання комп'ютерів та інших технічних засобів навчання (навчальне телебачення, відеофільми, слайди тощо).

Комп'ютеризація навчання як технологія в нашій системі ще не достатньо розвинена. На нашу думку, причиною є психологія несприйняття необхідності безперервного контролю за навчальним процесом, необізнаність певної категорії викладачів з сучасною технологією навчання. Хоча, тільки комп'ютерна технологія дає можливість перейти від «натаскування середняків» до індивідуалізації пронесу навчання, об'єктивного вимірювання результатів і складності виконаної студентом праці тощо.

Методик навчання може бути безліч, а можливість легкого впровадження будь-яких ігрових елементів у навчання на сучасних ЕОМ ще більше урізноманітнює їх. Тільки комп'ютерні програми здатні повною мірою реалізувати принципи проблемного навчання.

Для викладання економічних дисциплін велике значення має також правильний вибір підручників, посібників. Так, у своєму підручнику «Економіка для початківців» Дж. Ф. Стенлейк «організує» розумову роботу студента за допомогою такого важливого щодо форм економічного мислення поняття, як «вимушені витрати». У водія достатньо грошей, щоб придбати бензин або пообідати у ресторані. Він вибирає придбання бензину. Отже, це вимушена витрата, бо водій має відмовитись від обіду в ресторані.

Взагалі підручник Дж. Ф. Стенлейка має такі переваги над іншими:

— текст подано так, що складні економічні категорії та поняття сприймаються досить легко;

— логіка і лаконізм викладу;

— жива розмовна мова;

— яскравий показ реальних економічних процесів, що відбуваються у суспільстві;

— майстерно розроблені приклади з повсякденного життя, контрольні вправи і розрахунки, завдання й тести, які привчають студента до критичного мислення;

— актуальні допоміжні матеріали (графіки, діаграми, таблиці, вправи);

— наявність рекомендацій щодо курсових робіт.

І головне: підручник дає не тільки знання, а й формує економічний спосіб мислення.

В організації навчання важливо надихнути студента на те, щоб сприймати знання, закріпити ці знання, перевірити їх і розвинути. Головне — це створити передумови для потреби в отриманні та створенні нового знання. При цьому, навчаючи економіці, важливо пам'ятати відомий японський принцип навчання: «Роби правильно з першого разу».

Основною метою викладача економіки є створення умов (навчальних і творчих) для розвитку економічного способу мислення й поведінки студента.

Для цього потрібно, щоб:

— викладач сам володів економічним мисленням;

— викладач бажав навчити і допомагати у цій галузі своїм студентам;

— викладач повинен знати, що (стратегія) і як (тактика) треба зробити, тобто володіти методикою викладання.

І якщо навчання є найважливішою базою розвитку економічної культури, то чим більше в цьому навчанні буде самостійної діяльності студента, тим більша вірогідність перетворити знання і вміння на основи раціональної економічної поведінки студента у реальному житті.

Розробляючи різні види навчальних завдань, треба вміти звертатись до особистості та самостійності студентів, скласти відповідну мотивацію та стимул до виконання завдань.

При цьому важливо пам'ятати правило: слухаючи—забуваю, записуючи—запам'ятовую, діючи—розумію.

Дуже корисні такі завдання, початок яких легкий і цікавий, а потім, поступово ускладнюючись, вони «витягають» зі студента все більше і більше знань. Крім того, важливо, щоб у процесі виконання завдань у студента була можливість порівняти проміжні результати своєї роботи з результатами тієї ж роботи інших, тобто здійснити процес внутрішньої самооцінки.

Організація самостійної роботи, контроль якості знань і навичок вимагає чіткого узгодження з цілями навчання, виховання і самоосвіти. Історія педагогічної думки свідчить, що ця проблема хвилювала педагогів усіх часів. Кожний викладач має виробити власний погляд на дану проблему і зрозуміти необхідність і вирішальне значення інформаційно-методичного забезпечення самостійної роботи студентів.

### Література

1. Наказ МОН України № 161 «Про затвердження Положення про організацію навчального процесу у вищих навчальних закладах» від 2.06.1993 р.
2. *Кременець В. Г., Степко М. Ф.* та ін. Основні засади розвитку вищої освіти України в контексті Болонського процесу. — Тернопіль: Вид. ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2004.
3. *Падалка О. С., Нісімчук А. С.* та ін. Педагогічні технології. — К.: В-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2001.

Розділ 8.  
**ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ**

УДК 82.311.2

Шкляєва Н. В., Стоколос-Ворончук О. О.

**ВІДОБРАЖЕННЯ МОТИВІВ РОСІЙСЬКО-ШВЕДСЬКОЇ ВІЙНИ  
1721 РОКУ У ЗРАЗКАХ НАРОДНОЇ ТОПОНІМІЧНОЇ ПРОЗИ  
ЗАХІДНОГО ПОЛІССЯ**

*Багато зразків західнополіської топонімічної прози свідчать про те, що даний регіон був військовим осередком під час російсько-шведської війни. Значна кількість топонімічних переказів Західного Полісся присвячена військовим подіям, що мали місце в історії регіону. Завдання цієї статті — дослідити історичні та соціальні чинники, які домінували в творенні топонімічних переказів Західного Полісся.*

Географічні об'єкти, як і перекази, пов'язані з ними, виділяються за принципами або природних ознак, або суспільної значущості їх у житті та діяльності людей. Топонімічні прозові твори відтворюють результати діяльності людини: спеціалізацію ведення господарства, будівництво житла, розвиток народних промислів.

На розмежування мотивів топонімічних переказів впливають історичні чинники. Розвиток цивілізації змінював цінності: життєво важливі об'єкти у житті людей поступово втрачали свою провідну роль, натомість на перший план висувались інші. Тому, аналізуючи топонімічні перекази певної території, необхідно займати позицію людини минулого.

Західнополіські землі неодноразово зазнавали нападів завойовників: татар, турків, монголів, поляків, шведів, німців. Тут розгортались бої. Однак корінне населення не тільки оборонялось, а й знайомилось із чужинцями, з їхніми звичаями та побутом. Топонімічна проза цього регіону подала широку картину життя загарбників у Західному Поліссі. Вона вивела узагальнений образ «іншої» людини.

У дослідженні військових дій на території Західного Полісся є досить важливою шведська тематика. Чимало зразків західнополіської топонімічної прози свідчать про те, що даний регіон був військовим осередком під час російсько-шведської війни. Документальних історичних підтверджень стосовно перебування шведських військ на Поліссі небагато, але знайдені матеріали дозволяють твердити, що саме Західне Полісся було тимчасовим «притулком» для шведських військ і саме тут розгортались деякі військові події війни 1721 р. [11:57].

Про те, що топонімічні перекази містять інформацію про набіги татар у XV–XVI століттях, говорить і той факт, що в багатьох із них немає чіткої межі між поняттями «турок» і «татарин», вони цілком однотипні: «Зроду звеця Городок. Тут був город. Стояло дванадцять церков. На Лісках була золота брама, проходили війни, стояла церква. Як були турки, то був кругом насип» чи «веде ж, ек турки воювали, вони ж яво стоели на цій горі. Так і називається гора Татарська» [10:56].

За свідченнями істориків, на початку XVIII ст. Північна Волинь і Західне Полісся стають «ареною військових дій у зв'язку з тим, що Польща була союзницею у Північній

війні зі Швецією» [10:60]. На думку М. Костомарова, шведські війська рухалися через волинсько-поліські землі у Центральну Україну [8:238].

Переказів про якісь серйозні битви зі шведами знайдено мало, бо, на думку істориків, це могли бути швидше тактичні або розвідувальні дії [6:72]. В. Будзиновський зазначає про те, що «шведське військо марширувало на Україну не вкупі, і через те москалі деякі з тих частин знівечили» [7:145]. На Україні, на думку дослідника, «зійшлись тільки недобитки шведів» [7:145].

Серед творів цієї групи помітно переважають мотиви про напади татар. Однак постає питання, до якої саме історичної епохи можна віднести згадані мотиви: були це ординці початку 1242 року, чи їхні наступники — кримські татари початку 1454 року? Все ж детальний аналіз топонімічних мотивів татарської тематики змушує замислитись над протилежним: татарські напади мали місце у регіоні як у XIII, так і в XV століттях.

Хронікати дають інформацію про те, що шведські війська дійсно зупинилися на Західному Поліссі: «Гувуреле тико, що чериз Шваково пруходиле шведи» [5:3] (с. Доманово Ратнівського району). Інші свідчать про факти укладання миру між ворожими таборами: «Куток Сумир так зветься, бо відбулося перемир'я, «сумир'я» між військами під час війни зі шведами» [4:3] (с. Заброди Ратнівського району). Деякі офіційні історичні джерела повідомляють, що прихід шведів на поліські, як і загалом на українські землі, не мав руйнівного характеру порівняно з татарською навалою. В «Історії Русів» знаходимо уривок зі звернення шведського короля Карла XII до українців: «Я ступаю на землю Козацьку не заради завоювання її або покористування скарбами та пожитками мешканців тутешніх, але єдино задля поновлення прав їх вольностей колишніх, за які й предки мої, королі шведські, супроти Польщі завжди вступалися і до того зобов'язані були важливими заслугами козацькими та союзними з ними договорами і трактатами» [9:3].

Вступивши на поліську землю, шведське військо, не пристосоване до місцевих природних умов, зазнавало втрат і постійно було змушене долати перешкоди. Так, зі змісту одного переказу дізнаємось про те, що «шведи йшли великими силами, було багато кінних роз'їздів, тому мілкі місця вони дуже розбили, що після них пробратися було неможливо. Таких бродів після шведів залишилось кілька. В одному з них загрузла карета, в якій їхав великий шведський начальник, це місце й досі називають Карета» [2:2] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району). Західнополіські болота не витримували масивного оснащення потужної шведської армії. Топонімічні перекази містять інформацію про те, що шведи пересувалися не лише пішки чи кіньми, а їхали великими валками і каретами, що дивували місцеве населення своїми розмірами: «А трохи далі є урочище Відьма. Там втопилась ще більша карета зі шведами» [2:3] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району). М. Костомаров теж вказує на той факт, що більшість шведів при відході їхало верхи, лише деякі із них не мали коней [8:309].

Налякане постійними набігами татар населення Західного Полісся, за звичкою, втікало у ліси, ховалося по болотах, будувало укріплення й загорожі: «Спочатку були корчі, ліси, а потім Кортеліса, Кортеліси. Під час шведської війни люди тікали в хащі. От і стало Кортеліси» [3:2] (с. Кортеліси Ратнівського району). Досі назва урочища Града свідчить про захист від ворогів у минулому: «Града була, як загорожа, от татар, монголів, шведув» [2:1] (с. Смідин, Старовижівського району). Зауважимо, що згадка про шведів у цьому переказі проскакує мимоволі, адже тяжкий слід, залишений татарами, узагальнив образ ворога, незалежно від того, якими були завойовники.

Шведський генерал Адлер Фельд так описує свій прихід на волинсько-поліські землі: «Вступивши на Волинську землю, ми знайшли чудовий край, прекрасні великі села, але вони були зовсім безлюдні, бо мешканці при нашому наближенні розбігалися на всі боки. Чудова країна була зовсім пустинна. В селах, які дуже великі, не зустрічалось жодної живої душі і ніяких припасів, все було замкнено в містах» [9:2].

Помітними серед «шведських мотивів» народної топонімічної прози Західного Полісся є образи керівників-генералів. «Кажуть, що на Красній гірці під час переходу зупинився шведський начальник» [2:2] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району), або ж «...загрузла карета, в якій їхав великий шведський начальник» [2:1] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району).

«Шведські» перекази містять інформацію про побут шведів під час їх перебування на Західному Поліссі: «Назvu лісу Печища пов'язують зі шведами. Кажуть, що тут вони зробили велику піч, у якій пекли хліб» [2:1] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району).

Поліська природа спонукала шведське військо самотужки будувати греблі для перетинання води, дерев'яні мости, просіки. «За переказами старожилів, гребелька, що знаходиться за селом, теж була збудована шведами. Вони зробили її з дерев'яних колод» [2:3] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району). «Там за селом у нас є таке урочище, що на нього кажуть «Шведський міст». То дехто каже, що на тім місці, як москалі воювали зі шведами, шведи моста збудували» [2:1] (с. Житнівка Камінь-Каширського району). «Шведський мосток там зробили. То ще як шведи наступали» [2:2] (с. Градиськ Маневицького району). Про те, що Карл XII наказував своїм підлеглим будувати мости для переправ, згадує й М. Костомаров у праці «Мазепа» [8; 261]. Як бачимо, шведи власноруч створюють споруди, назви яких переростають у топоніми.

Серед зразків топонімічної прози шведської тематики трапляються напівлегендарні перекази про шведські схованки або ж про закопування скарбів на горах: «На гірці, що зветься Золотниця, шведи закопали свій прапор і золото» [1:2] (с. Ворокомле Камінь-Каширського району).

Зауважимо, що такі гори отримували назви золотниць. Мотивація переховування шведами своїх скарбів на горах пов'язана знову ж таки з особливостями поліської природи, оскільки шведи не змогли перевезти скарби через болото. Ці напівлегендарні розповіді спонукали людей до переконання у їх достовірності: «У 1908 році польський пан робив розкопки, але нічого тут не знайшов» [2:2] (с. Ворокомле, Камінь-Каширського району).

Аналізуючи образні характеристики топонімічної прози й «шведського» зразка, бачимо образи людей, які зі зміною життєвих умов змінюють національну належність. «Кажуть, що в далекому кутку під назвою Вокчув колись шведи залишили жінку, яка заснула, коли всі відпочивали. Про неї забули, вирушили в дорогу. Знайшов її ворокомлівський парубок, одружився. Тут вона жила, народила дітей» [2:1] (с. Ворокомле Камінь-Каширський район).

Тенденції стосовно способів номінації переказів зі шведськими мотивами наступні. Шведи постають не як руйнівники, швидше — як творці життєвих благ. Основний тематичний спектр топонімічної прози цієї тематики складають:

- відетнонімні назви (Шваково);
- назви, що фіксують життєво-побутові умови шведської армії під час її перебування на Західному Поліссі (Печища, Карета, Відьма);
- топоніми-позначення схованок від ворога (Кортеліси, Града);
- топоніми про об'єкти напівлегендарного походження (Золотниця, Красна гірка);
- топоніми на означення штучно утворених об'єктів (Гребелька, Броди).
- топоніми на означення контактів між ворожими таборами, які перебували в означених ними локусах (Сумир).

Перекази зі «шведськими» мотивами трапляються в основному у Ратнівському, Камінь-Каширському, інколи — в Старовижівському районах. Це саме ті місця, які, за згадками Галицько-Волинського літопису, у 1242 році найбільше потерпали від нападів татар. Таке географічне розміщення зразків топонімічної прози із вказаними мотивами пов'язане, очевидно, із чинником переходу шведської армії через ці райони.

## Література.

1. Архів ПВНЦ, ф. 1, од. зб. 22.
2. Архів ПВНЦ, ф. 1, од. зб. 24.
3. Архів ПВНЦ, ф. 1, б. од. зб. 49.
4. Архів ПВНЦ, ф. 1, од. зб. 153.
5. Архів ПВНЦ, ф. 1, од. зб. 160.
6. *Бачинський В., Гром В., Цибульський В.* Волинь у XVI–XVIII століттях. — Рівне, 1997. — 235 с.
7. *Будзиновський В.* Гетьман Мазепа. — К, 1993.
8. *Костомаров Н.* Мазепа. — М., 1992.
9. *Розмаїтий В.* Що обіцяв Карл XII? // Луцький Замок. — 1998. — № 34. — С. 9–17.
10. *Тельпуховський Б.* Северная война. — М., 1946.

УДК 069.015

Стоколос-Ворончук О. О., Цимбала О. С.

## ІСТОРІЯ ОДНОГО МУЗЕЮ (ПРО МУЗЕЙ ІСТОРІЇ ТУРИЗМУ ЛЕТ)

Скажи мені — і я забуду,  
Покажи мені — і я запам'ятаю,  
Залучи мене — і я ЗРОЗУМІЮ

*У статті розкрито роль і значення музею у культурно-освітній, навчальній та науковій діяльності. Подано загальну характеристику Музею історії туризму Львівського інституту економіки і туризму, його функціональне навантаження. Визначено та проаналізовано основні тематичні блоки музейних експозицій. Представлено сучасний стан та перспективи розвитку музею.*

В Україні впродовж XIX–XX ст. сформувалась розгалужена мережа різноманітних за типом і профілем музейних закладів. Музеї нашої держави демонструють не лише історико-культурний чи духовний потенціал українського народу, а й проблеми, якими страждає наше суспільство та економіка. Проте, сьогодення відкриває нові обнадійливі перспективи відродження кращих традицій українського музейництва, зокрема із залученням світового досвіду.

Слід визнати, що традиційний музей, який частково законсервував нашу культуру, уже не відповідає інтересам молодого прагматичного покоління [3:242]. У наскрізь комп'ютеризованому просторі новітньої культури XXI століття втрачають сенс колишні табуйовані і ритуалізовані музейні комплекси. Нові види музеїв «вириваються» із традиційних усталених рамок. У сучасному світі з'явилися такі поняття, як «музей-середовище», «музей без стін», «віртуальний музей», «Інтернет-музей», «музей-особистість», «музей-пам'ять», «музей-спогад», «музей-ілюзія» тощо [4:11].

Саме тому 28 червня 2007 р. у Львівському інституті економіки і туризму відбулося урочисте відкриття Музею історії туризму, що є репрезентативним центром візуальної інформації, оригінальних відомостей, фактів і знань з історії туризму в його еволюційному розвитку. За профілем його можна охарактеризувати як поліфункціональний галузевий музей. Цей структурний підрозділ, окрім освітньо-культурної та науково-дослідної функцій, може виконувати навантаження ще й альтернативної навчальної лабораторії.

Фахова освіта в туризмі покликана сприяти швидкій поступовій професіоналізації цієї індустрії. Проте одним із конкретних недоліків формування майбутніх спеціалістів дослідники часто називають слабкість практичної підготовки студентів [1]. Традиційно навчальний процес обмежується проведенням аудиторних занять (лекцій, семінарських) та самостійною роботою студентів. Для активізації пізнавальної роботи доцільно використовувати широкий спектр методів і форм навчання.

Власне, нові реалії урізноманітнення навчального процесу і надає новостворений музей. У його рамках майбутні спеціалісти туристичної сфери мають змогу не тільки здобути теоретичні знання, а й закріпити їх на практиці. Також музейна експозиція допомагає сформувати у студентів психологічну готовність до майбутньої професії.

Актуальність створення такого музею мотивується вимогами часу: новітніми тенденціями розвитку туристичної сфери, музейної справи та потребою застосовувати інтерактивні методики навчання. Експозиція музею є наочним приладдям для лекційних, семінарських та практичних занять з таких навчальних курсів як «Історія туризму», «Краєзнавство», «Музеєзнавство», «Основи екскурсійної діяльності», «Рекреаційні ресурси» та багатьох інших суміжних дисциплін.

Слід зазначити, що кардинальною відмінністю Музею історії туризму від класичної навчальної лабораторії є його демократично-креативний дух. У рамках цього музею



студенти мають змогу сформувати своє творче бачення окремих подій, явищ, предметів; реалізувати свої напрацювання для розробки екскурсійних маршрутів, оформлення експозиції музею тощо. Наочність дає змогу більше активізувати увагу та уяву студента, сприяє кращому засвоєнню матеріалу. Крім того, відмінна від аудиторних занять атмосфера навчання, забезпечує активне спілкування, розвиток асоціативного, образного мислення студентів, обмін цікавими ідеями.

Усі експонати Музею історії туризму розміщуються у двох залах. Музей структурований в окремі експозиції, побудовані за тематично-хронологічним принципом, що мають історико-пізнавальне та освітньо-естетичне спрямування.

У першому залі зібрано експонати, що окреслюють такі тематичні блоки:

- історія світового туризму;
- історія українського туризму;
- туристичні регіони України;
- основні дати історії готельно-ресторанної справи.

Другий зал презентує все розмаїття туристичних ресурсів Львівщини, які об'єднані в наступні групи:

- архітектурні стилі Львова;
- туристична інфраструктура Львова;
- замки Львівщини;
- туризм сьогодні.

Експозиційний стенд «Історія світового туризму» представлено у вигляді кінострічки, кадри якої презентують різні епохи, зокрема розповідають про основні дати, факти, події в історії туризму. З метою забезпечення наочності, кожен кадр стрічки проілюстровано фотографіями визначних пам'яток світової архітектури (Єгипетські піраміди, Колізей, Шильонський замок, Собор св. Петра у Римі, Ейфелева вежа, неонові панорами Лас-Вегаса), що відтворюють символічний образ того чи іншого періоду розвитку туризму. Такий метод ілюстративної наочності забезпечує формування в екскурсантів стійких знань і візуальних уявлень.

Стенди містять короткі текстові супроводи, що розповідають про основні віхи розвитку туризму в окреслений період. Такі підказки насамперед допомагають відвідувачам самостійно зорієнтуватися в експозиційній структурі, а також є цінними вказівниками для студентів, які вправляються в екскурсійній майстерності. Щоправда, слід зазначити, що кілька визначних подій історії туризму, наведених до кожного із періодів, не обмежують уяву студента, а навпаки, стимулюють до самостійних творчих досліджень під час підготовки до практичних занять.

Наступна стендова серія представляє експозицію «Історія українського туризму». Цей розділ репрезентовано як подорож рікою часу, що розповідає про зародження та визначні події українського мандрівництва, про відомих людей, імена яких записано до історії вітчизняного туризму. Щоб акцентувати увагу відвідувачів на історико-культурній спадщині нашої держави, згадано здобутки Трипільської культури, надбання Київської Русі, Галицько-Волинського князівства та пам'ятки Козаччини. Як цінне джерело для відтворення історії українського туризму залучено спогади німецького дипломата Еріха Лясоги, французького інженера Гійома де Боплана, Павла Алепського та ін. Серед визначних українців, котрі внесли свою лепту у розвиток історії світового туризму, названо В. Григоровича-Барського, ніжинського мореплавця Юрія Лисянчука, славнозвісного етнографа та антрополога Миколу Миклухо-Маклая. Відзначено також здобутки науковців, громадських та культурних діячів, котрі своєю кропіткою роботою зберегли та зафіксували чимало цінних пам'яток і фактів, якими сьогодні пишається українська культура загалом і туристична сфера зокрема (Д. Яворницький, Г. Сковорода, В. Каразін, Я. Головацький,

І. Вагилевич, І. Франко, М. Драгоманов та багато інших). Окремо проаналізовано розвиток і здобутки туристичної галузі в радянський період. А серед головних здобутків сьогодення відзначено факт включення українських пам'яток до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та основи законодавчого оформлення туристичної галузі.

У рамках експозиції «Туристичні регіони України» виділено і охарактеризовано три, найперспективніші з огляду на розмаїття рекреаційних ресурсів, а саме: Карпатський, Поліський, Азово-Чорноморський). Окремо виділено м. Київ. Для зручності туристично-ресурсний потенціал регіонів згруповано в окремі блоки:

- замки, музеї, архітектурні пам'ятки;
- природно-ресурсний потенціал;
- курортно-бальнеологічні ресурси;
- основні туристичні центри.

При характеристиці туристичних центрів (за зразок взято м. Київ) запропоновано враховувати ще й інфраструктуру міста, а саме: музеї, театри, концертні зали, заклади розваг, готелі, ресторани, кав'ярні, нічні клуби та ін. На основі такої класифікації можна проводити не лише туристичну характеристику, ай аналітичні дослідження (у рамках самостійної роботи студентів).

«Основні дати історії готельно-ресторанної справи» — таку назву має наступна експозиція, на стендах якої представлено найважливіші факти з історії (української та світової) становлення цієї органічної для розвитку туризму галузі. Специфіку апетитної і неповторної української кухні відтворено за допомогою уривка з поеми І. Котляревського «Енеїда», в якому автор вказує на цілий ряд стародавніх українських наїдків та напоїв. Також виставлено зразки народної кераміки: Гавареччина, Косівщина, Опішня. Для туристів вони цікаві як унікальні етносувеніри і своєрідні патенти геніальності народних майстрів України. Вишитий рушник символізує гостинність нашого народу і чарівну привабливість народного мистецтва.

Хочемо зазначити, що перший зал оснащено ще й туристичними картами України і світу. А справжньою окрасою можна назвати парусник, як один із древніх засобів транспортного зв'язку, зокрема й туристичних мандрівок. Спеціально обладнані полиці дозволяють розмістити чимало тематичної літератури, додаткові ілюстрації, фотографії, туристичні путівники, буклети тощо.

Другий зал презентує відвідувачам Львівщину туристичну. Перша стендова експозиція — «Архітектурні стилі Львова», — відкривається чудовою середньовічною панорамою міста. Для того щоб екскурсія древнім Львовом була не лише цікавою, а й пізнавальною, приносила естетичну насолоду та розширювала культурний світогляд, екскурсантам представлено архітектурні перлини міста не загалом, а охарактеризовано стилі конкретних історичних пам'яток — палаців, релігійних споруд, будинків тощо.

Так, строгий готичний стиль, для якого характерні стрільчасті арки, багаті архітектурно-пластичні та декоративні деталі, ілюстративно презентує Костел Єлизавети (поч. XIX ст.). Саме цю споруду туристи мають змогу побачити першою, якщо до міста вони прибули потягом. З огляду на дату спорудження костелу, справедливо буде зазначити, що оригінальних яскраво виражених готичних пам'яток у місті практично не збереглося. Це пов'язано з численними пожежами, які були нормою для дерев'яного середньовічного Львова. Проте Костел Єлизавети дає чітке уявлення про готичний стиль, який дослідники архітектури іноді називають ще неоготикою або псевдоготикою.

Епоху Ренесансу, з її класичними греко-римськими елементами, на львівському ґрунті презентує багато архітектурних пам'яток. Виваженість пропорцій, конструктивна ясність, антична простота, гармонія ліній — все це прослідковується в дизайні Успенської церкви, Каплиці Боїмів, Чорної кам'яниці, Італійського подвір'я.

Барокові риси грандіозності, пишності, динаміки, контрастності масштабів і матеріалів втілені при оформленні величного Домініканського собору, Костелу Єзуїтів, розкоші Собору св. Юра, вишуканості Львівського будинку вчених. Усі ці будівлі об'єднані красивою пластиною фасадів, грою світлотіні, складними криволінійними обрисами, багатобарвними прикрасами скульптур, ліпнини, різьби.

Класичну величавість, ідеальність форм та елементи архітектурного ландшафту демонструють львівська Ратуша, театр ім. М. Заньковецької, головний корпус Політехніки, Наукова бібліотека ім. В. Стефаника, палац Потоцьких. А еклектика (поєднання) художніх та архітектурних рис різних стилів прослідковується у дизайні Львівського оперного театру, Львівського національного університету ім. І. Франка, Преображенської церкви та ін.

Модерні віяння кінця XIX — поч. XX ст. позначилися і в архітектурі. Зокрема, зникає традиційна система прикрашування фасадів та інтер'єрів. Основний виражальний засіб модерну — використання орнаменту станкових та декоративно-ужиткових форм. Класичним зразком цього стилю можна вважати головний корпус Львівського інституту економіки і туризму, що збудований ще в 1914 р. Саме тут і знаходиться Музей історії туризму.

Логічним продовженням є наступна експозиція, яка доповнює архітектурно-стилістичний образ міста — «Туристична інфраструктура Львова»: починаючи від парків, скверів, площ, музеїв, театрів, палаців, закінчуючи готелями, ресторанами та неповторними львівськими кав'ярнями.

Наш край просто неможливо уявити без мандрівки замками. Стенд «Замки Львівщини» оснащений спеціальною мапою області, на яку згідно з розташуванням нанесено мультиплікаційне відображення кожного з восьми замків: Жовківського, Олеського, Підгорецького, Золочівського, Свірзького, Старосільського, Поморянського, Уричівського, архітектурні форми яких можна детальніше роздивитися на великих ілюстраціях, що доповнюють експозицію.

Інтерактивну інформацію про найновіші туристичні новини, послуги, об'єкти, діяльність турфірм, наукові матеріали з туризмознавства, а також фоторепортажі з мандрівок, екскурсій, турів — усе це можна знайти або самостійно відобразити на мобільному стенді під назвою «Туризм сьогодні».

І як підсумок, робочою групою було видано презентаційний буклет «Музей історії туризму». Це видання лаконічно, але ґрунтовно відтворює зміст екскурсій залами музею, збагачуючи уяву читачів красивими тематичними ілюстраціями.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє стверджувати про перспективу роботи Музею історії туризму і як альтернативної навчальної лабораторії, і як освітньо-культурного центру. На підтвердження цієї тези мусимо сказати, що музей відкритий для проведення різноманітних акцій — виставок, презентацій. Так, нещодавно музей приймав фотовиставку «Жовківщина туристична». У рамках цього заходу презентовано фотосвітлина найцікавіших пам'яток регіону. Поряд із численними ілюстраціями архітектурної спадщини Жовкви (Жовківський замок, ратуша міста) та її регіону, відвідувачі мали змогу побачити фото унікальної дерев'яної криниці, біля якої Іван Франко написав свого славнозвісного «Лиса Микиту».

У перспективі, на базі музею за допомогою новітніх комп'ютерних технологій та екскурсійно-інформаційних програм передбачається апробація віртуальних екскурсій, відтворення незабутніх спогадів про мандрівки, моделювання різних видів туристичних послуг і продуктів.

Таким чином, наведені факти достатньою мірою засвідчують унікальність Музею історії туризму ЛІЕТ, що відображається у його новаторській концепції, науковій вартос-

ті експозицій, сполученні наукової та навчальної функцій музею, і врешті, у відсутності аналогів такого явища.

#### Література

1. *Бабарицька В. К., Бейдик О. О.* Підготовка туристських кадрів в Україні. З історії вітчизняного туризму. — К., 1997.
2. *Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О.* Екскурсознавство і музеєзнавство: Навч. посібник. — К.: Альтерпрес, 2007. — 464 с.
3. *Вайдахер Ф.* Загальна музеологія: Посібник / Перекл. з нім. В. Лозинський, О. Лянґ, Х. Назаркевич. — Львів: Літопис, 2005. ? 632 с.
4. Основи музеєзнавства, маркетингу та рекламно-інформаційної діяльності музеїв: Посібник / Під ред. В. Великочого, Н. Гасюк. — Івано-Франківськ: Плай, 2005. — 64 с.
5. *Федорченко В.* Особливості формування змісту професійної туристської освіти // Педагогіка і психологія професійної освіти. — 2002. — № 6. — 121 с.

# ВІСНИК

## Львівського інституту економіки і туризму

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Редактор: *Дончак Д. Б.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин Т. М.*

Свідоцтво про державну реєстрацію  
КВ № 12765-1649Р

Підписано до друку 19.03.08. 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  
nviddil@svitonline.com

Видавництво «Апріорі»  
79000, м. Львів, пл. Катедральна, 2/4  
Тел./факс. (032) 274-42-18, 240-24-67,  
e-mail: Apriori\_kniga@mail.ru

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»  
79008, м. Львів, вул. Руська 16/3  
Тел./факс. (032) 261-51-00