

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

Серія: «Економічні науки»

11/2016



Львів
2016

Міністерство освіти і науки України

Львівський інститут економіки і туризму

ББК 65

В 53 Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — № 11. — 314 с : іл., табл.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism [Text] : collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism ; [editor-in-chief Bochan I. O.]. — Lviv : LIET, 2016. — # 11. — 314 p.

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

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

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

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

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. *Бочан І. О.*, д. е. н., професор — головний редактор;
2. *Паньків Н. Є.*, к. б. н. — заступник головного редактора;
3. *Берест Р. Я.*, д. і. н., доцент;
4. *Блонога Ю. Л.*, д. т. н., професор;
5. *Бомба М. Я.*, д. с.-г. н., професор;
6. *Білій Л. А.*, д. т. н., професор;
7. *Васильчак С. В.*, д. е. н., професор;
8. *Доманцевич Н. І.*, д. т. н., професор;
9. *Жук Ю. Т.*, д. т. н., професор;
10. *Скаско О. І.*, д. е. н., доцент;
11. *Лащик І. П.*, к. е. н., доцент;
12. *Лихолат Є. О.*, к. е. н., доцент;
13. *Майкова С. В.*, к. т. н., доцент;
14. *Майовець Є. Й.*, д. е. н., професора;
15. *Майор О. В.*, к. е. н., доцент;
16. *Михасюк І. Р.*, д. е. н., професор;
17. *Присяжнюк Ю. І.*, д. е. н., професор;
18. *Реверчук С. К.*, д. е. н., професор;
19. *Сокіл В. В.*, д. фіол. н., професор;
20. *Тринько Р. І.*, д. е. н., професор, академік УААН;
21. *Безручко Л. С.*, к. геогр. н., доцент — відповідальний секретар

Рекомендовано до друку
вченого радою Львівського інституту
економіки і туризму (протокол № 5 від 27.04.2016)

© Львівський інститут
економіки і туризму, 2016
© Автори статей, 2016

ЗМІСТ

Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

<i>Бочан І. О. Теоретичне і практичне значення цивілізаційного розвитку економіки. Стадіальна криза</i>	10
<i>Поплавський В. Г., Бігус М. М. Основні аспекти застосування іноземного капіталу та їх значення для туристичного бізнесу</i>	15
<i>Войтко С. В., Мяло Н. С. До можливості реалізації інновацій в атомній енергетиці</i>	21
<i>Брижань І. А., Мінайленко І. В., Арзуманян А. Пошук нових джерел фінансування енергоефективних проектів на промислових підприємствах України</i>	27
<i>Лихолат Є. О. Складові економічної безпеки туристичних підприємств в інфраструктурі детінізації економіки</i>	35
<i>Батьковець Н. О. Особливості операційної діяльності підприємств готельного бізнесу</i>	42

Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

<i>Самодай В. П., Жбанова Ю. В. Особливості стратегії підвищення якості туристичних послуг</i>	47
<i>Безручко Л. С. Поняття рекреаційно-туристичний ресурс та підходи до класифікації</i>	54

Розділ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>Бочан І. О. Інтеграційні процеси кластеризації у туризмі: публічно-приватне партнерство</i>	59
<i>Дідович І. І. Використання потенціалу партнерських стосунків у сфері міжнародного туризму</i>	65
<i>Клапчук М. В., Несп'як В. І. Інноваційні аспекти розвитку готелів</i>	70
<i>Мельниченко С. В., Кудлай Т. В. Міжнародні готельні мережі</i>	78
<i>Подвірна Х. Є., Бунько О. Б. Діяльність туристичних концернів в умовах глобалізації</i>	87
<i>Кудла Н. Є. Соціально-економічні аспекти привабливості сільського туризму Карпатського регіону</i>	93

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

<i>Луців Н. В., Тис М. С. Огляд інноваційних технологій, що застосовуються у виробництві лиж</i>	100
--	-----

<i>Гуцак О. М., Семак Б. Д. Оцінка впливу прання, хімічного чищення та прасування пофарбованих рослинними барвниками платтяних тканин на стійкість їх пофарбувань</i>	108
<i>Ковальчук Х. І. Вплив добавок із нетрадиційної сировини на покращення органолептичних показників кексів</i>	118

Розділ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

<i>Джурик Н. Р.-Й., Майструк І. М. Тематичні заклади ресторанного господарства: світовий та вітчизняний досвід</i>	123
<i>Жолинська Г. М. Використання різних видів харчових волокон у технології хлібобулочних виробів функціонального призначення</i>	129
<i>Івашків Л. Я., Шах А. Є. Розширення асортименту фіточай у закладах ресторанного господарства</i>	134
<i>Турчин І. М., Зарубяк О. І., Білонога Ю. Л. Використання бджолиного меду у технології ацидофільної пасті</i>	142
<i>Сливка Н. Б., Михайлицька О. Р., Наговська В. О. Розробка технології жирових сумішей для виробництва бутербродної продукції у вендінг-автоматах</i>	149
<i>Сусол Н. Я. Інновації в організації виробництва закладів ресторанного господарства: питання їх сутності</i>	154

Розділ 6. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

<i>Берест Р. Я., Берест І. Р. Перша російська влада в Східній Галичині та її злочинна політика</i>	159
<i>Дорош Ю. С. Сучасний стан та перспективи розвитку героїко-патріотичного туризму у Галичині</i>	169
<i>Дембіцька С. М. Львів як один із перспективних центрів розвитку ділового туризму в Україні</i>	181
<i>Козак Г. Ю. Культурно-історична спадщина села Татаринів</i>	193
<i>Бегей О. І. Культурно-просвітницькі організації в м. Городок у другій пол. XIX — першій пол. ХХ ст.</i>	199
<i>Франків І. Я. Діяльність митрополита Андрея Шептицького в організації опіки над емігрантами</i>	205
<i>Цимбала О. С., Стаків О. З. Інноваційні тенденції у роботі музеїв Львова</i>	212
<i>Самодай В. П., Локоть В. О. Перспективи використання національних традицій та етнічної кухні у готельно-ресторанній сфері</i>	221

Розділ 7. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

Цимбалюк М. Ф., Цимбалюк В. М. Деякі аспекти концепції гостинності у сільському туризмі	226
Безручко Л. С. Методика визначення рекреаційної ємності територій природно-заповідного фонду (на прикладі Шацького НПП)	233
Зінь Л. М., Лабарткова К. В., Лядик О. І., Шай О. К. Еколого-пізнавальний маршрут «Гора Лева» як ефективний засіб рекреації і екологічної освіти на території РЛП «Знесіння»	241

**Розділ 8. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

Бомба М. Я. Екологічні проблеми водних ресурсів, якості питної води та шляхи їх вирішення	245
Паньків Н. Є., Шумик У. П. Екологічна ситуація у Львівській області та її вплив на розвиток туризму в регіоні	253
Гальків Л. І., Килин О. В., Стручок Н. М. Безпека соціальних систем: екологічні засади розвитку туризму	260
Гринькевич О. С. Екологічне середовище та екокультура готельного бізнесу міста: результати анкетування готелів Львова	265
Надич М. М. Еволюція становлення концепції мережевого розвитку готельного бізнесу	272
Мусій Г. Г. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку хостельного господарства у Львові	278

Розділ 9. АУДИТОРІЯ

Гуляк О. Б. Розвиваючий аспект інтенсивного навчання іноземних мов	282
Никитенко О. Д. Актуальність вивчення професійної лексики англійською мовою у сфері туризму та готельно-ресторанної справи	288
Швець Г. В. Мультимедійні програми як ефективний засіб навчання іноземних мов студентам нефілологічних спеціальностей	294
Бегей О. І., Ткачшин М. Я. Вплив реклами на спосіб життя сучасної людини	301

Розділ 10. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЙ

Цимбала О. С. У Львівському інституті економіки і туризму обговорили проблеми та перспективи розвитку українського етнотуризму	307
Паньків Н. Є. Підсумкова студентська науково-практична конференція II етапу конкурсу студентських наукових робіт з напряму «Туризм»	309
Паньків Н. Є. Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку»	311

TABLE OF CONTENTS

Section 1. ECONOMY AND ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

<i>Bochan I. O.</i> Theoretical and practical significance of civilization development of economy. Stages of crisis	10
<i>Poplavsky V. H., Bihus M. M.</i> Key aspects foreign capital involvement and their importance for tourist business	15
<i>Voitko S. V., Mialo N. S.</i> To the possibility of innovations implementation in nuclear power engineering	21
<i>Bryzhan I. A., Miniailenko I. V., Arzumanian A. S.</i> Searching of new sources of funding the energy efficiency projects in industry Ukraine	27
<i>Lykholat Y. O.</i> Components of economic security tourist enterprise infrastructure shadow economy	35
<i>Batkovets N. O.</i> Features operating activities enterprises hotels	42

Section 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES

<i>Samodaj V. P., Zhanova U. V.</i> Features of the strategy to improve the quality tourist services	47
<i>Bezruchko L. S.</i> A concept recreational-tourist resource and going are near their classification	54

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

<i>Bochan I. O.</i> Integration processes of clustering in tourism: public-private partnership	59
<i>Didovych I. I.</i> Using the potential partnerships in international tourism	65
<i>Klapchuk M. V., Nespyak V. I.</i> Innovative aspects of hotel development	70
<i>Melnichenko S. V., Kudlai T. V.</i> International hotel chain in Ukraine	78
<i>Podvirna H. Ye., Buchko O. B.</i> Tourist concerns activity under conditions of globalization	87
<i>Kudla N. Ye.</i> Social and economic aspects of the attractiveness of rural tourism in the Carpathian region	93

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

<i>Lutsiv N. V., Tys M. S.</i> Review of innovative technologies, which are used in skis production	100
---	-----

Gushchak O. M., Semak B. D. Evaluation of the effect of washing, chemical cleaning and ironing are painted with vegetable dyes on fabrics with a durability of their coloring 108

Kovalchuk H. I. The effect of additives new raw material to the deterioration of organoleptic characteristics muffins 118

Section 5. NUTRITIONAL TECHNOLOGIES AND RESTAURANT SERVICE

Dzhuryk N. R.-Y., Maystruk I. N. Thematic restaurants: international and ukrainian experience 123

Zholynska G. M. Using different types of dietary fiber in technologies bakery functional purpose 129

Ivashkiv L. Ya., Shakh A. Ye. Expansion of assortment the herbal teas in restaurants and bars 134

Turchin I. M., Zarubayko O., Bilonoha Yu. L. The use of honey in technology of acidophilic paste 142

Slyvka N. B., Mykhaylytska O. R., Nahovska V. A. Technology development fat mixtures for sandwich products in vending-machine 149

Susol N. Ya. Innovations in the production sector establishments restaurants: issue of essence 154

Section 6. COUNTRY STUDY, CULTURE AND TOURISM

Berest R. Ya., Berest I. R. First russian authorities in eastern Halychyna and its criminal policy 159

Dorosh Yu. S. Current state and prospects of development of heroic and patriotic tourism in Galicia 169

Dembitska S. M. Lviv as one of the promising centers of development of business tourism in Ukraine 181

Kozak G. Yu. Cultural and historical heritage of the village of Tataryniv 193

Behei O. I. Cultural and educational organizations in the town of Horodok in the second half of XIX century — the first half of XX century 199

Frankiv I. Ya. Activity of metropolitan Andrei Sheptytskyi in organization of guardianship above emigrants 205

Tsymbala O. S., Stakhiv O. Z. Innovative trends in the work of the museums in Lviv 212

Samodaj V. P., Lokot V. O. Prospects national traditions and ethnic cuisine in the hotel and restaurant business 221

Section 7. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION

<i>Tsumbaluk N. F., Tsumbaluk V. N. Some aspects of hospitality concepts in rural tourism</i>	226
<i>Bezruchko L. S. Methodology of determination of recreational capacity of territories of the naturally-protected fund (on example of Shatsk national natural park)</i>	233
<i>Zin L. M., Labartkava K. V., Liadyk O. I., Shay O. K. Ecological-cognitive route «Mountain Lion» as one of the effective means of recreation and ecology education on the «Znesinnia» regional landscape park</i>	241

Section 8. TOURISM INDUSTRY INFRASTRUCTURE AND ECOLOGY ISSUES

<i>Bomba M. Ya. Ecological problems of water resources, quality of drinking water and ways of their solving</i>	245
<i>Pankiv N. Ye, Shumyk U. P. Environmental situation in Lviv region and its impact on tourism development in the region</i>	253
<i>Halkiv L. I., Kylyn O. V., Struchok N. M. Social safety systems: fundamentals of environmental tourism</i>	260
<i>Hrynkovich O. S. Ecological environment and ecological culture of hotels: survey results in Lviv hotels</i>	265
<i>Nadych M. M. Evolution of the concept formation of hotel business chain development</i>	272
<i>Musiy H. H. Modern status, problems and prospect of developing hostel industry in Lviv</i>	278

Section 9. AUDITORIUM

<i>Hulyak O. B. Developmental aspect of intensive learning foreign languages</i>	282
<i>Nykytenko O. D. Actuality of study the professional vocabulary by English in the field of tourism and the hotel-restaurant business</i>	288
<i>Shvets H. V. Multimedia programs as effective means of foreign languages teaching to the students of the non philological specialties</i>	294
<i>Behei O. I., Tkachyshyn M. Ya. The impact of advertising on the lifestyle of modern man</i>	301

Section 10. EVENTS. INFORMATION. REVIEWS

<i>Tsybala O. S. In Lviv institute of economy and tourism discussed problems and prospects of development of Ukrainian ethnic tourism</i>	307
---	-----

<i>Pankiv N. Ye. Summary students scientific and practical conference the second stage of the competition of the student advanced studies on direction «Tourism»</i>	309
<i>Pankiv N. Ye. International scientific and practical conference «Strategy of tourism development in XXI century in the context of sustainable development»</i>	311

Розділ 1.
ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

*Бочан Ігор Омелянович, д. е. н., професор,
Львівський інститут економіки і туризму*

**ТЕОРЕТИЧНЕ І ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕНЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ. СТАДІАЛЬНА КРИЗА**

Проаналізовано етапи розвитку людського суспільства і становлення економіки. Аргументовано, що науково-технічний прогрес визначив перехід людства до нового технологічного способу виробництва, коли знання, наука та інформація стають основними джерелами розвитку економіки і суспільства. Дано характеристику цивілізаційного розвитку економіки. Обґрунтовано, що сучасна криза, за своїми ознаками, є стадіальною, що пов'язано з переходом людства від індустриальної до постіндустриальної стадії цивілізації.

Ключові слова: формація, цивілізація, постіндустриальна стадія цивілізації, новий технологічний спосіб виробництва, інформаційно-інтелектуальні технології, сучасна стадіальна криза, наслідки фінансово-економічної кризи.

В історичному періоді людського суспільства і становлення економіки характерні два підходи — формаційний та цивілізаційний. За формаційним підходом, котрий панував у попередніх століттях, визнавалося, що джерелом розвитку людства є фактор матеріального виробництва. Головними елементами суспільно-економічних формацій (їх характеризували в основному п'ять) були спосіб виробництва, надбудова і форми суспільної свідомості. Формаційний підхід базувався на абсолютизації виробничих відносин і применшенні ролі продуктивних сил. Античне суспільство, феодальне суспільство, буржуазне суспільство — це сукупності виробничих відносин, кожна з яких характеризує особливий ступінь в історичному розвитку суспільства. Категорія «формація», яку дуже полюбляють тлумачити політекономи, у широкому розумінні поділяє історію людства на три великі складові: первинну (докласове суспільство), вторинну (класове суспільство) і третинну (безкласове суспільство).

В останні роки замість формаційного класового підходу, що мають взяти за основу всі, хто вивчає економічні науки, утверджився цивілізаційний підхід, який базується на загальнолюдських цінностях. Цивілізація характеризує розвіті матеріальної і духовної культури народу чи народів, їх історичні періоди, коли їхні духовні сили реалізуються у різних напрямках суспільного розвитку: в економіці, в добробуті, в культурі, мистецтві, суспільній свідомості тощо.

На перших етапах цивілізація мала локальний характер, що охоплювала одну чи декілька країн. Для прикладу, «китайська», «ававилонська», «египетська», «грецька», «римська», « античні цивілізації», «західноєвропейські цивілізації» і т. д., аж до глобальної цивілізації. Коли процес інтеграції господарських зв'язків набуває характеру економічної інтеграції, тобто об'єднання економік країн для спільного ведення господарства. Коли світове господарство, світовий ринок товарів, капіталів набувають великого розвитку.

Рушійною силою цивілізаційного прогресу завжди було вирішення суперечностей між потребами та інтересами людини, з одного боку, і рівнем розвитку виробництва, з

другого боку [1]. У другій половині ХХ століття розвиток науково-технічного прогресу визначив перехід людства до нового технологічного способу виробництва, коли знання, наука та інформація стають основними джерелами економічного піднесення і відкривають нові можливості зростання економіки. Суспільство вступає у нову постіндустріальну стадію, котрій передували до індустріальна (економічну основу становило сільське господарство) та індустріальна (економічну основу становила промисловість). Постіндустріальну стадію характеризує розвиток сфери послуг, тобто нематеріального виробництва, інформації, знань.

Ще в середині 80-х років уже понад 70 % працездатного населення США було зайнято у сфері послуг. Джерелом суспільного прогресу стає науковий, освітній і професійний рівень знань людини.

Цивілізаційний підхід базується на визначальній ролі продуктивних сил і технологічних способів виробництва. Досвід розвинутих країн, зокрема німецьке і японське «диво», продемонстрував, що зосередившись на розвитку продуктивних сил, вони подолали не лише енергетичні, структурні кризи, а й розвинули техніку і технології, здійснили комп’ютеризацію та інформатизацію суспільства, перейшли на новий технологічний спосіб виробництва, запровадили інформаційно-інтелектуальні технології і на цій основі домоглися великого зростання рівня життя людей.

Інформаційно-інтелектуальні технології охоплюють не лише сферу послуг, вони проникають у промисловість і сільське господарство, при тому відбувається не процес його обмеження, а всемірний розвиток і удосконалення для ефективної економіки.

Для України, як і для інших країн, цивілізаційний підхід має величезне теоретичне і практичне значення. Нинішня криза — це не звичайна циклічна криза, що повторюється періодично, а за своїми ознаками стадіальна криза, котра вимагає соціальних і науково-технологічних зрушень, переходу від затратного, екстенсивного до інтенсивного ресурсо-зберігаючого типу розвитку, широкого впровадження науки і технологій.

Сучасна криза відбувається в умовах глобалізації світового господарства, що надало їй загального характеру, що охоплює з різною мірою адаптивності ряд країн та світ у цілому.

Сучасна криза є стадіальною, котра пов’язана з переходом людства від індустріальної до постіндустріальної стадії цивілізації, становлення нового технологічного способу виробництва, появи нової форми власності, інтелектуальної власності на знання, котра змінила становище людини на виробництві та у суспільстві, зумовила її прояви переходу від людини економічної до людини творчої [3].

Економіст-дослідник цього глобального явища О. Пороховський пише: «Сучасна криза має системний характер, що кидає виклик як цілому світустрою, так і окремим національним економічним моделям» [2].

Не всі країни, як учасники глобалізаційного процесу, своєчасно відреагували на такі системні зміни світової економіки.

У постіндустріальну епоху домінуючою стає сфера послуг. У США у сфері нематеріального виробництва створюється 79 % ВВП, а в сфері матеріального виробництва — лише 21 % ВВП.

У розвинутих країнах питома вага матеріальних виробництв зменшується, здавалось би, що і економічна криза в Україні привела до спаду виробництва. Але насправді це різні речі.

У них — це результат впровадження нової техніки і технології, зростання продуктивності праці, котра вивільнила зайвий трудовий ресурс для інших сфер.

А у нас застаріле устаткування та низька продуктивність праці зумовлюють зменшення виробництва продукції і зростання витрат виробництва.

Таблиця 1

**Продуктивність праці та ВВП (загальний) і на душу населення за ПКС
(паритетом купівельної спроможності) у 2012 році [6,7]**

Ранги	Країни	ВВП (загальний) за ПКС (тис. дол.)	Зайняте населення (тис. осіб)	Річна продуктивність праці		ВВП на душу населення за ПКС	
				тис. дол./ особу	США – 100%	дол. на рік	США – 100%
1	ЄС	15,970,000,000	206310,0	77,4	69,2	35100	69,2
2	США	15,940,000,000	142445,0	111,9	100	50700	100
3	Китай	12,610,000,000	746597,5*	16,9	15,1	9300	18,3
6	Німеччина	3,250,000,000	41513,8	78,3	70,0	39900	78,7
7	Росія	2,555,000,000	70951,3	36,0	32,2	18000	35,5
9	Великобританія	2,375,000,000	29504,4	80,5	71,9	37500	74,0
10	Франція	2,291,000,000	26712,7	85,8	76,5	36100	71,2
11	Італія	1,863,000,000	22931,1	21,2	72,6	30600	60,4
22	Польща	814,100,000	15844,2	51,4	45,9	20900	41,2
39	Україна	340,700,000	20354,3	16,7	14,9	7500	14,8
54	Казахстан	235,600,000	8087,4	29,1	26,0	14100	27,8
63	Біларусь	149,200,000	4950,0	30,1	26,9	15900	31,4
75	Азербайджан	98,360,000	6199,8	15,9	113,9	10700	21,1

* по Китаю дата невідома

У найрозвинутіших країнах внесок науково-технічного прогресу в приріст ВВП становить від 75 до 100 %, і науково-технічний прогрес є головним фактором зростання продуктивності праці.

Лауреат Нобелівської премії С. Кузнець (наш земляк) вважав, що науково-технічна революція відкрила нову економічну епоху, для якої є характерними прискорення зростання виробництва на душу населення і продуктивності праці, швидкі структурні зрушення, перерозподіл діяльності від промисловості до сфери послуг, швидкий темп модернізації життя, посилення процесів міжнародної інтеграції національних економік.

Результатом виробництва є не тільки матеріальні речі — товари, а переважно послуги, зростаюча частка яких має нематеріальний характер. Слід також врахувати, що у структурі затрат праці зростає питома вага розумової, особливо творчої праці. Результат праці характеризується корисністю, доцільністю праці, спрямованої на задоволення потреб людини і суспільства.

Внаслідок цього проявив себе принцип ціноутворення «від вартості до корисності», що зумовив значне підвищення цін на товари.

Замість жорсткого зв'язку «вартість — гроші, фінанси» корисність послабила цей зв'язок і допускає відхилення. Унаслідок цього грошово-фінансова система в значній мірі відрівалася від виробництва, це привело до зростання фіктивного капіталу.

Фіктивний капітал, поданий у цінних паперах, що обертаються на фондовому ринку, почав у кілька разів перевищувати ВВП як передових країн, так і світу. Цінні папери, деривативи та інші похідні фінансові інструменти, не пов'язані з реальною платоспроможністю позичальників, заполонили фінансовий ринок.

Головний економіст МВФ О. Бленчар вважає, що сучасна криза є найважчою за останні 60 років, яка поставила світ на межі фінансової катастрофи [5].

Особливо гострого характеру набрала фінансова криза в Україні. Це пов'язано з тим, що іпотечне кредитування останніми роками зростало темпами, що майже втрічі перевищували темпи зростання кредитування економіки.

Банки допустили кредитування корпоративного бізнесу і домогосподарств в розмірах, що перевищували доходи бюджетів різних рівнів. Пріоритет надавався кредитуванню фізичних осіб, що втрічі в більших обсягах від кредитування юридичних осіб. Банки разом з іноземним капіталом направляли переважно кредитні кошти не на розвиток національного виробництва, а на споживання.

Ці та інші фінансові прорахунки розбалансували економіку, в результаті зросла потреба в імпортних товарах і послугах, що привело до негативного сальдо зовнішньоекономічного торгового балансу. Механізм ціноутворення в нашій країні не відповідає вимогам ефективного господарювання. Не може бути такого стану економіки, коли ціноутворення впливає на технічний прогрес, переозброєння виробництва, підвищення якості продукції, задоволення населення у товарах народного споживання — все повинно бути навпаки. В економічній кризі нашої економіки проявили себе інерційні методи індустриального стану господарювання, недосконала її структура (перевантаження сировинного виробництва), технологічне відставання на цілі епохи, висока спрацьованість основних фондів, як наслідок, низькі ефективність і конкурентоспроможність країни.

У ХХІ столітті кожна з країн шукає власну нішу у глобальній економіці для забезпечення економічного зростання за рахунок максимального використання своїх конкурентних переваг.

Україні необхідна випереджувальна модель розвитку, при забезпечення у довгостроковій перспективі темпів зростання ВВП на 8–9 % щороку. Слід врахувати, що короткострокові проблеми впливають на довгострокові перспективи, а ці проблеми ускладнилися і виявилися доленосними для нашої країни, під загрозою опинилася її незалежність і спокій у світі у зв'язку з воєнними агресивними діями зі сторони Російської федерації.

Україні впоратися з економічними і політичними викликами на одинці, подолати проблеми стадіальної кризи стає неможливо. Україні потрібна системна фінансова міжнародна допомога для економічного відновлення та зростання на взірець «плану Маршала» від європейської і світової спільнот у вигляді грантів, а не кредитів (оскільки Україна не зможе їх сплатити). Мова повинна йти про серйозну системну допомогу в сумі, говориться принаймні, про 20 млрд. дол. Відомий фінансист А. Аслунд у своїй статті «Financial Times» говорить навіть про 30 млрд. дол. у вигляді грантів [4]. Економічно здорована і сильна Україна має у глобалізованому світі велике європейське і світове значення.

Ця фінансова допомога не може підмінити власні зусилля, дії і прагнення українців.

Україні необхідно ринкові перетворення поєднати з технічним переозброєнням економіки, здійснити перехід до нового технологічного способу виробництва. Забезпечити першочергове зростання продуктивності праці, провести структурні зміни матеріального і нематеріального виробництва, оновити основні виробничі фонди, знизити енерго- і матеріаломісткість виробництва. Забезпечити якісну підготовку висококваліфікованих менеджерів, молодих і прогресивних фахівців, покращити їх економічні знання, що дасть можливість їм самостійно оцінювати економічні явища і приймати рішення, адекватні викликам часу, — вони створюватимуть нову економіку.

Держава має захистити вільну і чисту конкуренцію, це її найважливіше завдання. В країні якнайшвидше необхідно подолати корупцію, яка негативно вплинула на всі сфери суспільного життя, її надзвичайно високий рівень загрожує національній безпеці та суспільному ладу країни. Вона загострює соціальну напруженість у суспільстві. Для мінімізації негативних наслідків корупції слід ефективно використати ряд економічних регуляторів:

- створення повноцінних власників і широкого середнього бізнесу;
- соціальне забезпечення чиновників з одночасним їх скороченням;
- зменшення розмірів трансакційних витрат;
- максимальна відкритість, публічність і прозорість влади і бізнесу;

-
- уdosконалення інститутів громадянського суспільства, дієвий громадський контроль;
 - скорочення безробіття, його тривалість деморалізує людину.

Всі країни, які хочуть долучитися до цивілізації повинні вивчати і використовувати досвід розвинутих країн і науки, яка узагальнює цей досвід.

Література

1. *Бочан I. O.* Основи економічної теорії [Текст] : підруч. — К. : Знання, 2012. — С. 200.
2. *Пороховський O. A.* Економічна криза як рубіж сучасного світового і національного розвитку [Текст] // Економічна теорія, 2009. — № 1. — С. 11.
3. *Чухно A. L.* Сучасна фінансово-економічна криза: природа, шляхи і методи її подолання [Текст] // Економіка України, 2010. — № 1. — С. 7.
4. *Aslund A.* Marshall's postwar logic holds true in Ukraine today // Financial Times. — 2014. — October 22. [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : <http://www.ft.com/intl/cms/s/0/f7889a8e-594e-11e4-9546-00144feab7de.html#axzz310m0D51s>.
5. *Blanchard O.* Gracks in the System [Текст] / Repairing the Damaged Economy // Finance& Development, December, 8–10, 2008.
6. Country Comparison: GDP — Per Capita [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: www.URL. : <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/rankorder/2004rank.html>.
7. Country Comparison: Unemployment rate [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2129rank.html>.

Бочан I. O.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ И ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ЦИВИЛИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ. СТАДИАЛЬНЫЙ КРИЗИС

Проанализированы этапы развития человеческого общества и становление экономики. Аргументировано, что научно-технический прогресс определил переход человечества к новому технологическому способу производства, когда знание, наука и информация, становятся основными источниками развития экономики и общества. Даны характеристика цивилизационного развития экономики. Обосновано, что современный кризис, по своим признакам, является стадиальным, что связано с переходом человечества от индустриальной к постиндустриальной стадии цивилизации.

Ключевые слова: формация, цивилизация, постиндустриальная стадия цивилизации, новый технологический способ производства, информационно интеллектуальные технологии, современный стадиальный кризис, последствия финансово-экономического кризиса.

Bochan I. O.

THEORETICAL AND PRACTICAL SIGNIFICANCE OF CIVILIZATION DEVELOPMENT OF ECONOMY. STAGES OF CRISIS

Lviv Institute of Economics and Tourism. Stages of human society development and formation of the economy were analyzed. That was stated that scientific and technological progress identified mankind transition to a new technological mode of production when knowledge, science and information are the main sources of the economy and society. The characteristics of civilization development of economy are given. It is grounded that the current crisis according to its features is by stages due to the transition of mankind from industrial to post-industrial stage of civilization.

Keywords: formation, civilization, post-industrial stage of civilization, a new technological mode of production, information and intellectual technologies, modern crisis by stages, the effects of the financial and economic crisis.

УДК 339.727.2:338.48

*Поплавський Василь Григорович, д. е. н., професор,
Львівський національний аграрний університет,
Бігус Мар'яна Михайлівна, к. е. н., ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНОГО КАПІТАЛУ ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Розкрито суть і значення прямих іноземних інвестицій та їх вплив на туристичний бізнес. Звернуто увагу на монополізацію світового ринку зазначених інвестицій та їх недоступність для України. У зв'язку із зазначеним, державній владі необхідно переформатувати цілі і завдання профільних відомств. Всі вони мають працювати в інтересах залучення іноземних інвестицій з метою розвитку туристичного бізнесу. В перспективі, виробивши економічну й фінансову довіру, Україна може розраховувати й на інші складові міжнародного ринку капіталу.

Ключові слова: іноземний капітал, інвестиції, інвестиційний клімат, країни-донори, туристичний бізнес, мігранти-інвестори, фінансово-банківська система, міграційний капітал, грошові перекази.

В сучасних умовах дефіциту фінансових і матеріальних ресурсів для забезпечення подальшого розвитку туристичного бізнесу України потрібний значний іноземний капітал, оскільки саме іноземний капітал в умовах обмеженості внутрішніх джерел може виступати вагомим чинником технологічного та інноваційного оновлення та підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу. Проте, обсяги залучення іноземних інвестицій в туризм залишаються незначними, що зумовлено несприятливими політичними, соціально-економічними та екологічними чинниками.

Сьогодні інвестиційні фонди світу контролюють більше тридцять мільярдів доларів. При грамотному їх використанні високорозвинуті країни стають ще багатшими і сильнішими, а їх туристичний бізнес ще більш привабливіший. У випадку відсутності інвестиційних фондів в економічній системі будь-якої країни економіка залежатиме від дорогих короткострокових депозитів, а фінансисти і уряд залежатимуть від іноземних кредитів, паралельно витрачаючи великі кошти на їх обслуговування. Тому, міжнародний трансфер іноземного капіталу і зокрема міжнародні позики виступають головною формою міжнародного довгострокового і водночас дешевого кредитування. При цьому довгострокові боргові зобов'язання (5–7 років і більше) разом з акціями утворюють ринок капіталів (фондовий ринок), бо короткострокові (до 1 року) формують грошові ринки.

У працях українських науковців відслідковується одностайність щодо важливості та необхідності залучення іноземного капіталу. Питаннями залучення іноземного капіталу в національну економіку займаються такі вчені та практики: А. Гальчинський, В. Геєць, Б. Губський, А. Пересада, А. Денисенко, А. Коваленко, А. Лек'яненка, Ю. Філіпенко. Незважаючи на важливість та актуальність проблеми, щодо організаційно-правового забезпечення активізації залучення іноземного капіталу в економіку залишаються не вирішеними, від так потребують постійного моніторингу та подальших наукових досліджень.

Мета статті — дослідити різного роду та значення адміністративні обмеження, що існують у національній політиці залучення іноземного капіталу, а також запропонувати заходи, щодо збільшення надходження та активізації іноземного капіталу в Україну.

У сучасній національній політиці залучення іноземного капіталу існують певні адміністративні обмеження на рух іноземного капіталу, що погіршують довгострокову інвестиційну привабливість держави. Оскільки придбавши вітчизняні активи, інвестор завжди оцінює можливість та швидкість виходу з країни. А коли він (інвестор) бачить

чи хоча б інтуїтивно відчуває обмеження на рух капіталу, йому поступає сигнал — в українську економіку вкладати гроші не варто. А без залучення іноземного капіталу країні не вижити, відповідно не варто й очікувати швидкого розвитку туризму.

Існуючі адміністративні обмеження, щодо руху іноземного капіталу, вже довгі роки чекає на своє реформування з боку державного управлінського апарату. Цього року урядом зроблено деякі спроби реформування адміністративних обмежень шляхом дерегулювання, який включає ліквідацію 177 різного роду адміністративних обмежень, які створюють адміністративний тиск на бізнес, особливо туристичний.

Верховна Рада 12.02.2016 р. прийняла запропонований урядом закон про внесення змін у деякі законодавчі акти України щодо спрощення умов ведення бізнесу, а саме даний закон полягає у застосуванні спрощених методів ведення бізнесу у багатьох галузях економіки через скасування 16 засобів державного регулювання, гармонізацію законодавства з нормами ЄС, зменшення адміністративного навантаження на підприємства та зниження корупційних ризиків у існуючих процедурах [4]. Позитивним аспектом у даний процедурі є те, що управління туристичними підприємствами здійснюватиметься з урахуванням світового досвіду, включаючи підвищення прозорості інформації та якості фінансового планування, введення системи мотивації менеджерів за результатами, запровадження незалежних рад директорів та прозорої системи призначень керівників.

Враховуючи динамічні зміни зовнішнього середовища, необхідно швидкими темпами проводити радикальні заходи, щодо адміністративних обмежень руху іноземного капіталу, оскільки ціна акцій на найбільших фондових біржах світу сянула рекордних показників — 74,7 трлн. дол. та перевищила обсяги світового ВВП, який становить 74,5 трлн. дол. Головним чинником при цьому стала стимулювальна політика світових центральних банків, а також масштабне вливання грошей (через їх повну ліквідність). Саме вони «розігріли» фондів майданчики і вивели їх до нових історичних максимумів. Так, ціна акцій до виторгу, що припадає на акцію (ринок акцій за показником P/S), сьогодні цей ринок перебуває на історичному максимумі і становить 1,8.

Необхідність національної економіки, зокрема туристичного бізнесу у іноземному капіталі сьогодні більш ніж очевидна. Для туристичної сфери капітал — це те, що потрібне для здійснення процесу виробництва чи надання послуг [2, с. 227]. Для туристичних підприємств він необхідний для поповнення обмежених внутрішніх заощаджень, технологічному розвитку виробництва послуг, підвищенню якості послуг, нормалізації операційних курсових різниць та прискоренню економічного розвитку підприємства в цілому тощо. Вважається, що найкращим типом іноземного капіталу є прямі іноземні інвестиції. Водночас іноземні інвестори до українського бізнесу відносяться насторожено, з підозрою, бояться ризиків, бо національний інвестиційний клімат малосприятливий.

Поняття інвестиції та інвестування в науковий обіг увійшли разом з реформуванням економіки України. Сучасні економісти розглядають інвестиції як довгострокове вкладання капіталу у різні сфери господарської діяльності з метою розвитку виробництва товарів та послуг, вдосконалення соціальної сфери, зміцнення підприємництва та одержання прибутку. Інвестиції — це вкладення капіталу з метою його збільшення у майбутньому [1]. Ними можуть бути як грошові кошти, так і акції, цінні папери, пайові внески, майно, авторські права. З позиції фінансів, інвестиції — це активи для одержання прибутків, а економіки взагалі — це витрати на приріст та вдосконалення капіталу. Процес інвестування передбачає ріст капіталу за рахунок інвестицій як внутрішніх, так і зовнішніх — прямих чи портфельних. А оскільки світовий ринок прямих іноземних інвестицій дуже монополізований, то лише десята частина країн світу (20 держав) за

останні 20 років отримують майже 80 % всіх інвестицій. Так, наприклад, у найсприятливішому для прямих іноземних інвестицій 2007 р. із 1,83 трлн. доларів 420 млрд. припадало на 180 країн світу, а 78 % цієї суми — на 20 держав.

Україна усі 25 років перебуває у третій групі другого ешелону менш привабливих для інвестора країн. Крім того частка України у світових обсягах інвестицій скорочується і у 2013 році становила вже менше як 0,2 %, тоді як туристична сфера у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10 % виробленого у світі валового продукту, близько 30 % світової торгівлі послугами, 7 % загального обсягу світових інвестицій, 11 % світових споживчих витрат, а також кожне 10-те робоче місце [3]. Дані World Tourism Organization (UNWTO) свідчать, що регіони, які будуть інвестувати у туризм свої капіталовкладення, у довгостроковій перспективі отримують прибутки від зростаючих туристичних потоків та перспективи стабільного розвитку для усіх верств населення свого регіону. Над цим треба задуматися, це потрібно усвідомити.

Характерною рисою прямих іноземних інвестицій для України є їх оригінальна структура стосовно країн-донорів [6, с. 49]. Так, щороку зростає частка інвестицій в Україну з Кіпру та Віргінських Островів. І у 2012 р. вона становила майже 100 %. Правда, ці вкладення не можна назвати іноземними. Це кошти українських олігархів, які лише формально є іноземними. Інші держави менш довіряють Україні і їх участі в інвестуванні української економіки зменшується. Отже, Українській економіці мало хто довіряє, в тому числі і сам український народ. Це підтверджують також її найближчі сусіди — Польща та Німеччина, які за 25 роки вкладали в Україну відповідно: 1,5 % та 1,8 % своїх капіталів. То про які мільярди інвестицій можна говорити, в т.ч. від арабських шейхів, китайських державних корпорацій чи американських ТНК, якщо Україну не інвестують сусідні держави. Окрім того, на наступне десятиріччя, до 2025 р., інвестиційний клімат в Україні практично не зміниться. Від так, не зростуть і прямі іноземні інвестиції.

Зарубіжний досвід показує, що іноземний капітал є носієм інновацій, технічного і технологічного оновлення для туристичного бізнесу. Ефективне використання іноземного капіталу може стати вагомим чинником підвищення конкурентоспроможності туристичного бізнесу.

Так, у США починається «золота десятирічка». Завдяки дешевому сланцевому газу в державі знову стає вигідно відкривати нові виробництва, розширювати сферу послуг, підвищувати конкурентоспроможність туристичного бізнесу. Інвестори вже повертаються до США, до їх південних штатів, де розташовані основні поклади сланцю і де є дешева робоча сила (мексиканські мігранти) [8, с. 34]. Це формує сприятливий інвестиційний клімат і сприяє розвитку туризму.

Китай прогнозує повсюдний перехід від кількісного зростання в економіці до якісного, чому сприяє Захід і США. Це суттєво має покращити інвестиційний клімат і сприятиме залученню прямих іноземних інвестицій, особливо до їхнього мегаполісу — Гонконгу.

В свою чергу ЄС на вказане десятиліття пропонує запустити програму з покращення політики власного інвестиційного клімату. Для цього вже створено Фонд стратегічних інвестицій в який буде вкладено 10 млрд. євро державних коштів, ще 5 млрд. дасть Європейський інвестиційний банк. А найближчі 2–4 роки мали би принести 0,5 трлн. доларів прямі іноземні інвестиції.

При такій ситуації виникає питання, яку стратегію має вибудовувати Україна і як розвивати свій туристичний бізнес. Світовий досвід вчить, що національна влада повинна звернути увагу на своїх мігрантів та на діаспору. А при запровадженні стратегії стимулювання грошових переказів, можна залучати на батьківщину значну частину доходів і

заощаджень мігрантів — всіх тих, хто виїхав з країни. Саме вони можуть повністю замінити чи суттєво доповнити прямі іноземні інвестиції. Але для цього потрібно побудувати вагому системну інфраструктуру щодо обслуговування мігрантів на всіх стадіях цього процесу (до, під час, після).

Наголос на мігрантів робиться тому, що вони нагромадили потужний капітал. Його основу становлять фінансові нагромадження, їхні матеріальні та інтелектуальні активи, а також грошові перекази, які інвестуються у розвиток домогосподарств, місцевих територій та й у розвиток держави в цілому [7]. За матеріалами Світового банку українські мігранти й діаспора у 2012 р. заробили 58 млрд. доларів, з яких 12 млрд. нагромадили за кордоном у різних формах активів. В наступному (2013) році через фінансово-банківську систему в Україну надійшло 8,5 млрд. доларів. А за експертними оцінками в Україну щорічно надходить ще 17 млрд. доларів через незареєстровані канали. Тільки через офіційні канали мігранти передають в Україну у 6 разів більше грошей, ніж вклалі іноземні інвестори. А якщо врахувати перекази незареєстрованими каналами, то — у 23 рази більше. Однак, відсутність уваги державної влади і фінансових органів до мігрантів, недосконалість спеціальних програм і механізмів стимулювання міграційного капіталу не дає можливості Україні відчути цей тип іноземного інвестування та включити його в економічний оборот і мотивувати його легалізацію.

Необхідно визнати, що сучасне правове регулювання іноземного капіталу має нестабільний, непослідовний і непередбачуваний характер (нормативно-правові акти часто змінюються, скасовуються, неоднозначно трактуються). Це, в свою чергу, негативно впливає на інвестиційний клімат країни, стримує надходження іноземних інвестиційних ресурсів, гальмує соціально-економічний розвиток країни [5, с. 9]. Тому, Україні потрібна нова законодавча база, нова стратегія залучення іноземного капіталу на період хоча б до 2025 р. Основним об'єктом її мають стати профільні відомства в Україні, які повинні забезпечувати створення сприятливого інвестиційного клімату, бо саме сприятливий інвестиційний клімат вдихне нове життя у розвиток туристичного бізнесу. Оскільки саме туризм має можливість стати однією з найприбутковіших сфер національної економіки. Пріоритетність розвитку туристичного бізнесу для України характеризується такими основними факторами:

- наявність значного різностороннього туристичного потенціалу;
- сприяння надходженню іноземного капіталу в країну;
- підвищення (хоч і повільне) рівня туристичного сервісу;
- формування привабливого туристичного бренду України у світі;
- туристичний бізнес взаємопов'язаний з іншими галузями економіки, тому розвиток туристичної індустрії покличе за собою розвиток багатьох супутніх галузей, особливо в регіонах.

В свою чергу серед основних факторів, які негативно впливають на процес іноземного інвестування в туристичний бізнес України, слід виділити наступні:

- політичні (динамічні зміни, тобто постійна нестабільність в країні та хаотичність вибору напрямів міжнародної інтеграції України);
- соціально-економічні (несприятлива макроекономічна ситуація, недосконалість нормативно-правової бази, високий рівень податків, низька платоспроможність населення);
- проблеми галузевого та регіонального характеру (низький рівень прибутковості туристичних підприємств, та підприємств які формують туристичний продукт, мало розвинена туристична інфраструктура).

Для збільшення надходження та активізації іноземного капіталу в Україну, доцільно було б переформатувати цілі і завдання профільних відомств та регуляторів, відповідаль-

них за залучення іноземного капіталу в Україну. Всі вони мають працювати в інтересах відродження національної економіки та розвитку туристичного ринку. Особливу увагу у зазначеному повинні приділяти місцеві органи влади. Саме вони мали би регулярно пропонувати центральній владі ініціативи, запровадження яких дасть змогу збільшити обсяги в'їзного туризму. А у західноукраїнському регіоні варто було б створити пілотні проекти з даного напрямку, в тому числі слід активізувати свій інформаційний сектор у просуванні туристичного продукту на іноземні ринки. Саме цю довіру держава повинна вміло конвертувати в кількісний та якісний обсяг іноземного капіталу. А в перспективі, виробивши економічну й фінансову довіру, Україна може розраховувати й на інші складові міжнародного ринку капіталу.

Література

1. Закон України «Про Державний бюджет України на 2015 рік та зміни до законодавства України, спрямовані на реалізацію Програми Кабінету Міністрів України «Відновлення України» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.kmu.gov.ua.
2. *Бочан І. О.* Міжнародна економіка [Текст] : навч. посіб. / І. О. Бочан, В. Г. Поплавський, М. М. Бігус ; М-во освіти, науки молоді та спорту України, Львівський інститут економіки і туризму.— Львів : ЛІET, 2012. — 302 с. — Бібліогр. : С. 135. — ISBN 978-966-322-208-0.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. *Копитко Т.* Дерегуляція, як метод «реанімації» бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://nbuviap.gov.ua/index.php?option>.
5. *Мацибора Т. В.* Передумови залучення та ефективного використання іноземних інвестицій в АПК України [Текст] : дис. на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук: 08.07.02 / Т. В. Мацибора. — Київ, 2005. — 22 с.
6. Поплавська Ж. В. Інвестиційний імідж: регіональні аспекти [Текст] : журнал / Ж. В. Поплавська, В. Г. Поплавський ; Фінанси України, 2004. — № 7. — С. 47–55.
7. *Boardman A., Greenberg D., Vining A., Weimer D.* Cost Benefit Analysis: Concept and Practice, 4th ed., Prentice Hall, 2010. — S. 78–82.
8. Szostek A. Przepływy pienięzne w ocenie efektywności inwestycji — współczesne podejście, Przegląd Organizacji, 2011. — № 9. — C. 32–35.

Поплавский В. Г., Бигус М. М.

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО КАПИТАЛА И ИХ ЗНАЧЕНИЯ ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Раскрыта суть и значения прямых иностранных инвестиций и их влияние на туристический бизнес. Свернул внимание на монополизацию мирового рынка отмеченных инвестиций и их недоступность для Украины. В зв’яку с отмеченным, государственной власти необходимо переформатировать цели и задания профильных ведомств. Все они должны работать в интересах привлечения иностранных инвестиций с целью развития туристического бизнеса. В перспективе, произведши экономическое и финансовое доверие, Украина может рассчитывать и на другие составляющие международного рынка капитала.

Ключевые слова: иностранный капитал, инвестиции, инвестиционный климат, страны-доноры, мигранты-инвесторы, финансово-банковская система, миграционный капитал, денежные переводы.

Poplavsky V. H., Bihus M. M.

KEY ASPECTS FOREIGN CAPITAL INVOLVEMENT AND THEIR IMPORTANCE FOR TOURIST BUSINESS

The essence and importance of foreign direct investment and their impact on the tourism industry are disclosed. Attention is paid to the monopolization of the world market of these investments and their inaccessibility for Ukraine. Owing to said, the government must reformat the aims and objectives of profile departments. They must work to attract foreign investments with the aim of tourism business development. In future, Ukraine may count on other components of the international capital market after developing the economic and financial confidence.

Key words: foreign capital investment, investment climate, donor countries, the tourism industry, migrants-investors, financial and banking system, capital migration, remittances.

УДК 330.341.1:621.039

*Войтко Сергій Васильович, д. е. н., професор
Мяло Ніна Сергіївна, магістр ФММ,
Національний технічний університет України «КПІ»*

ДО МОЖЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ В АТОМНІЙ ЕНЕРГЕТИЦІ

У статті розглянуто основні характеристики інноваційного процесу. Досліджено вагомість атомної енергетики у розрізі споживання і виробництва електроенергії та прогнози розвитку даного сектора у світі та Україні. Виокремлено пріоритети розвитку атомної енергетики в Україні необхідні для досягнення енергетичної безпеки.

Ключові слова: інноваційні процеси, кластери, атомна енергетика, ядерна безпека, інвестиції, електроенергія.

Інноваційні процеси є необхідною умовою ефективного розвитку окремої галузі та економіки країни в цілому. Особливо важливим це питання постає в енергетичному секторі, оскільки він є інфраструктурно забезпечувальним в економіці України та формує належний рівень енергетичної безпеки. Функціонування енергетичної сфери є досить складним процесом, який поєднує у собі спільну роботу різних енергетичних підприємств традиційної та альтернативної енергетики. При цьому майбутній розвиток атомної енергетики, як значної частки традиційної енергетики, варто розглядати у розрізі концепції сталого розвитку та обмеженності природних ресурсів. Саме ця концепція побудована на тому, що ми маємо так використовувати природні ресурси, щоб вони залишилися нашадкам. Реалізація зазначеного потребує інноваційного підходу, що є нагальним у відтинок часу на переході до наступного кондратівського К-циклу. Тому інновації не тільки технологічного, а й організаційного характеру надають змогу досягти високого рівня конкурентоспроможності на ринку, наприклад за рахунок впровадження і реалізації кластерної моделі.

Дослідження проблематики інноваційного розвитку підприємства є досить вагомою проблемою і тому розглянуто в наукових працях багатьох зарубіжних вчених: П. Друкера, І. Ансоффа, Ж. Бер特朗а, А. Курно, А. Маршала та вітчизняних науковців: Л. І. Федулової, М. Р. Костецького, В. М. Геєця, О. В. Коваленко, М. З. Згурівського, Л. Г. Мельника та інших. Однак недостатньо приділено уваги саме інноваціям у сфері атомної енергетики та пріоритетним напрямам розвитку даного сектора.

Мета роботи — проведення аналізу стану атомної енергетики в Україні та у світі, а також розгляд інноваційних процесів як основних чинників розвитку підприємств атомної енергетики.

Створення та реалізація інновації передбачає поетапний інноваційний чи інноваційно-інвестиційний процес у часовому та просторовому вимірах: починаючи від початкової ідеї (наукової, технічної, організаційної), яка має інноваційну проблематику, її докumentального оформлення (наприклад, науково-технічний проект, дослідний зразок, дизайн, патент) та закінчуєчи практичною реалізацією розробленої інноваційної ідеї (виробництво інноваційних продуктів, впровадження інноваційних технологій, введення нових організаційно-управлінських рішень) і просування інноваційних продуктів у своєму сегменті ринку чи безпосередньо замовнику.

Вищезазначені етапи даного процесу повинні мати відповідний рівень забезпечення інвестиційними, матеріально-технічними, фінансовими та людськими ресурсами.

Таким чином, інноваційний процес є специфічним цілеспрямованим об'єктивно-предметним способом системної організації інноваційної діяльності (як одного із видів людської креативної діяльності) щодо трансформації інтелектуального, наукового,

науково-технічного ресурсу в реальні продукти, технології, організаційно-управлінські рішення, що затребувані ринком або суспільством, і перспективні з позицій отримання комерційного, соціально-економічного та інших суспільно-корисних ефектів [1, с. 24].

Інноваційним процесам належить досить вагома роль у розвитку як економіки країни в цілому, так і окремих галузей. Вони стають основними чинниками економічного зростання, особливо у вимірі нестачі природних ресурсів і впровадження концепції сталого розвитку. Так, інноваційний напрям розвитку має бути однією із ключових стратегічних цілей для енергетики України задля забезпечення енергетичної незалежності. Україна є прибічником використання атомної енергетики для забезпечення потреб національної економіки, вбачаючи в її стабільному функціонуванні необхідні передумови для забезпечення належного рівня енергетичної безпеки та сталого розвитку держави (табл. 1).

Таблиця 1
Прогнозний баланс споживання паливно-енергетичних ресурсів до 2035 р. [3, с. 14]

Споживання ПЕР, млн т н.е.	2013	2020	2025	2030	2035
Всього, в т. ч.	115,55	121,92	123,12	127,49	132,84
Атомна енергія	21,9	25,31	25,38	27,39	32,86
Частка атомної енергетики у загальному споживанні (%)	18,95	20,76	20,61	21,48	24,74

З вище представленої таблиці видно, що до 2035 р. загальне споживання паливно-енергетичних ресурсів зростатиме. При цьому за 22 роки зростання споживання у цілому складе 15 %, а споживання атомної енергії майже на 50 %. За прогнозами також збільшуватиметься частка, яка припадає на атомну енергетику на 5 %, до 25 %.

З цього випливає, що атомна енергетика відіграє важливу роль у енергозабезпеченні нашої країни. Наявні 4 діючі атомні електростанції із 15 енергоблоками сумарною встановленою потужністю 13,8 ГВт надають змогу протягом останніх років у середньому на 50 % забезпечувати електроенергією населення та потреби промисловості.

Говорячи про майбутній розвиток ядерної енергетичної галузі на термін до 2035 р., то за прогнозами частка генерації атомними станціями в загальному обсязі виробництва електроенергії буде залишитися на рівні 50 %.

До 2025 р. очікується продовження терміну експлуатації діючих блоків і побудова 2 нових енергоблоків на Хмельницькій АЕС. Але будівництво останніх повинно відбутися лише за умови, що діючі атомні станції досягнуть показників коефіцієнта використання встановленої потужності на рівні 80 % і наявності відповідної пропускної спроможності електромереж, а також налагодження і реалізація експортних поставок за кордон.

Іншими завданнями атомно-промислового комплексу України стануть питання щодо виробництва власного ядерного палива (без етапу збагачення урану); промислового освоєння технологій виготовлення необхідної цирконієвої продукції; розбудови інфраструктури поводження з відпрацьованим паливом і радіоактивними відходами. Поряд з цим вимоги забезпечення енергетичної безпеки зумовлюватимуть реалізацію програми диверсифікації постачання ядерного палива та ядерних технологій для потреб українського атомно-промислового комплексу [3, с. 16].

Важливим пріоритетом для атомної енергетики повинне бути підвищення її рівня конкурентоспроможності у відкритому лібералізованому енергетичному ринку України. Для цього потрібно здійснити стратегічний вибір механізмів регулювання розвитку компаній-оператора АЕС та компаній із виробництва ядерного палива.

Тим часом, в атомній енергетиці України існує низка проблем, сукупність яких є суттєвою загрозою для енергетичної безпеки країни. Тарифи, які зараз існують на електроенергію, що вироблена на атомних електростанціях, не повною мірою перекри-

вають всі експлуатаційні витрати. Загалом фінансування потреб у даній галузі промисловості здійснюється за залишковим принципом. Підприємства мають також й інші витрати, які пов'язані з будівництвом або продовженням експлуатації енергоблоків, забезпеченням належного рівня безпеки, поводженням з відпрацьованим паливом і радіоактивними відходами, а також накопиченням фінансових ресурсів для виведення з експлуатації.

Говорячи про ситуацію на міжнародному ринку, то Міжнародне енергетичне агентство Організації економічного співробітництва і розвитку розробило три варіанти розвитку атомної енергетики у світі до 2050 р. — максимальний, середній та мінімальний. Так, навіть згідно з мінімальним варіантом встановлена потужність атомних електростанцій збережеться на сучасному рівні [2].

Використання ядерної енергії в Європі регулюється договором в 1957 р. з Євратором. Він передбачає, що європейські країни повинні виконувати свої гарантії, які є приблизно такими ж, як записано в правилах Міжнародного агентства з атомної енергії ООН (МАГАТЕ) у сфері використання ядерних установок і ядерних матеріалів. Проте, Євратором на відміну від МАГАТЕ не закріплени стандарти ядерної безпеки, які мали б законну силу.

29 листопада 2000 р. у ЄС прийнято «Зелений документ про енергетичну безпеку», коли було вперше піднято питання щодо місця і ролі атомної енергетики серед інших джерел енергії, що використовуються у виробництві електроенергії в Європі. Запропоновано встановлення адекватних фінансових ресурсів для утилізації станцій, що відпрацювали свій ресурс.

З метою досягнення вищезазначеної мети прийнято директиву Єврокомісії, яка пропонує план щодо створення, управління та використання фондів. Дані фонди повинні гарантувати, що процес утилізації відходів проходитиме без нанесення шкоди населенню та навколошньому середовищу. Також директива передбачає, що до 2018 р. об'єкти з геологічного поховання високорадіоактивних відходів будуть повністю готові до роботи.

До 2050 р. при несприятливій кон'юнктурі частка ядерної енергії у світовому електроенергетичному балансі може знизитися більш ніж удвічі — до 6 %. Проте прогнози МАГАТЕ завжди вважалися оптимістичними для атомної промисловості. Тому вони частіше не збуваються. При сприятливому збігу обставин прогнозується незначне зростання до 2030 р. Якщо сьогодні АЕС виробляють близько 13,5 % від усієї вироблюваної в світі електроенергії, то до 2030 р. атомна частка зросте лише до 14 %. А до 2050 р. знову знизиться до 13,5 %. У цілому в найближчі 40 років прогнозується триразове збільшення вироблення електроенергії у світі [8].

Враховуючи всі зазначені прогнози, пріоритетами розвитку атомної енергетики в Україні мають бути такі положення:

- вдосконалення організаційної структури управління атомною промисловістю з метою підвищення рівня інноваційного потенціалу;
- проведення модернізації та реконструкції діючих енергоблоків для підвищення рівня ядерної безпеки, коефіцієнта використання встановленої потужності, подовження строку експлуатації діючих енергоблоків;
- будівництво та введення в експлуатацію нових ядерних енергоблоків;
- створення надійних систем поводження з відпрацьованим ядерним паливом та радіоактивними відходами;
- забезпечення інтеграції атомної енергетики до світової економіки;
- забезпечення сталого розвитку та поглиблення відносин з іншими країнами, що володіють ядерними технологіями;
- збереження і розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських установ атомної енергетики;

— підтримка фундаментальних досліджень у сфері атомної енергетики та вітчизняного енергомашинобудівного комплексу;

— впровадження інновацій на атомних електростанціях.

Останній пункт особливо важливий на підприємствах атомної енергетики. При цьому інноваційний розвиток підприємства пов'язують в основному з техніко-технологічним станом та інноваційним потенціалом розробника даних нововведень. Але вище-зазначене тільки частково відображає суть інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства, який є досить складним і комплексним поняттям. Його характеризують:

— частота і ефективність впровадження на підприємстві інновацій (ці параметри відображають фактичний досвід роботи підприємства з інноваціями);

— потенціал підприємства щодо розробки та впровадження інновацій (потенціал підприємства до реалізації інновацій — це факт наявності у підприємства інноваційних ресурсів);

— готовність персоналу підприємства до змін (репрезентує рівень усвідомлення працівниками, через інформованість, сутності та наслідків інновацій) [7].

Одним із найефективніших засобів активізації та стимулювання інноваційної діяльності, враховуючи досвід вітчизняних і зарубіжних підприємств, є застосування кластерного підходу.

Інноваційний кластер формує певну систему поширення нових знань і технологій, забезпечує прискорення процесу трансформації винаходів, а також реалізації інновацій, що сприяють зростанню конкурентних переваг, і розвитку якісних стійких зв'язків між всіма його учасниками. Виникнення таких кластерів — закономірний процес наявності спільноти наукової та виробничої бази [6].

Щодо кластера економіки «Енергетика» України, варто зазначити, що він базується переважно на використанні традиційних видів теплових і гідроелектростанцій з відхиленням від середньосвітової статистики в бік більшого використання АЕС. Одним з основних чинників, що обмежує розвиток традиційної енергетики в Україні, це екологічний. У той же час викиди від функціонування цього сектора становлять близько 30 % всіх твердих часток, що надходять в атмосферу в результаті діяльності Людини. Тому доцільним і економічно вигідним є використання інших джерел енергії, зокрема ядерної енергетики.

Вирішення проблем подальшого розвитку енергетичного комплексу України, який би відповідав світовим безпековим та екологічним вимогам, кращим стандартам з енергомісткості ВВП, можливе лише на основі впровадження сучасних високих технологій. Кластер «Енергетика» може потенційно вносити до 11 % у загальне зростання економіки [9, с. 91]. SWOT-аналіз для даного кластеру наведено на рис. 1 (запозичено з таблиці 3.37 «Кластер економіки "Енергетика"»).

Так, з рис. 1 слідує, що в Україні існують значні можливості щодо розвитку енергетичного сектору, зокрема високий потенціал джерел відновлюваної енергетики, експорт електроенергії та інші. При цьому наявні й низка загроз, які стимулюють розвиток даного кластера економіки: ймовірність аварій на виробничих підприємствах, політична заангажованість процесів. Тому, враховуючи всі сильні та слабкі сторони, її апелюючи до можливостей та ризиків, варто розробити стратегію розвитку даного сектору.

Таким чином, провівши вищенаведене дослідження, можна виокремити такі тенденції розвитку енергетики:

— обсяги виробництва електроенергії на АЕС становлять у середньому 50 % і до 2035 р. за прогнозами залишаться на цьому ж рівні;

Сильні фактори (індикатори), що впливають на розвиток кластера економіки					Слабкі фактори (індикатори) розвитку кластера економіки				
ID	Назва	Кількісні значення		ID	Назва	Кількісні значення		ID	Назва
		2020	2030			2020	2030		
ENG.S1	Наявність розгалуженої енергетичної інфраструктури	5	5.5	ENG.W1	Моральна та фізична зношенність	5.5	4		
ENG.S2	Надійність системи енергопостачання	3.5	5	ENG.W2	Залежність від імпорту енергоносіїв	5.5	3		
ENG.S3	Наявність транзитної інфраструктури	4	5	ENG.W3	Великі втрати енергії при виробництві та транспортуванні	5	4		
ENG.S4	Рівень енергетичного машинобудування	3.5	4.5	ENG.W4	Невідповідність енергетичної системи України світовим стандартам	3.5	2		
Фактори, що визначають можливості розвитку кластера економіки					Фактори, що визначають загрози розвитку кластера економіки				
ID	Назва	Кількісні значення		ID	Назва	Кількісні значення		ID	Назва
		2020	2030			2020	2030		
ENG.O1	Високий потенціал відновлюваної енергетики	3	4	ENG.T1	Висока ймовірність техногенних аварій в енергетичній системі	5	4		
ENG.O2	Експортний потенціал електроенергії	4.5	5	ENG.T2	Наявність різних форм власності як фактор нескоординованості енергетичної системи	6	5		
ENG.O3	Підвищення енергоефективності економіки	3	5	ENG.T3	Нівелляція механізмів ринкового цінутворення в енергетиці	5	3		
ENG.O4	Інноваційний розвиток галузі	3	4	ENG.T4	Високий вплив політичного складника на постачання енергоносіїв	4	3	ID	Назва
ENG.O5	Диверсифікація імпорту енергоносіїв	3	4						

Рис. 1. Характеристика енергетичного кластеру [9, с. 91]

- частка атомної енергії у світовому електроенергетичному балансі до 2050 р. знизиться до 6 %;
- кластер «Енергетика» може потенційно вносити до 11 % в загальне зростання економіки України.

Але при цьому варто зазначити, що умовами зростання і досягнення конкурентоспроможності даної галузі економіки є інноваційний шлях її розвитку, який повинен бути збалансованим і спрямованим на забезпечення добробуту населення і дотримання концепції сталого розвитку.

Напрямом подальших досліджень є аналіз інвестиційної політики держави та окремих підприємств у сфері атомної енергетики, а саме її механізми та ефективність, для розробки необхідних рекомендацій.

Література

- Бодров В. Г. Інноваційно-інвестиційна модель сталого розвитку національної економіки [Текст] : навч.-метод. матеріали / В. Г. Бодров, В. О. Гусев, В. Ф. Мартиненко. — К. : НАДУ, 2009. — 60 с.
- Державна програма розвитку внутрішнього виробництва [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF>.

3. Енергетична стратегія України на період до 2035 року // Біла книга енергетичної політики України «Безпека та конкурентоспроможність» [Електронний ресурс]. — К., 2014. — Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/Energy%20Strategy%202035.pdf.
4. Коваленко О. В. Інноваційні процеси — ключовий фактор розвитку енергетики [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко // Ефективна економіка, 2012. — № 12. — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2596>.
5. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Текст] / Г. О. Андрощук, І. Б. Жиляєв, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко. — К. : Парламентське вид-во, 2009. — 632 с.
6. Костецький М. Р. Особливості управління інноваційним розвитком підприємств атомної енергетики [Текст] / М. Р. Костецький // Економіка і управління. — 2012. — № 3. — С. 67–72.
7. Костецький М. Р. Проблеми і перспективи інноваційного розвитку підприємств атомної енергетики [Текст] / М. Р. Костецький // Теоретичні та практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. — 2012. — № 1. — С. 33–38.
8. Мельник Л. Г. Досвід Європейського Союзу у формуванні інноваційної стратегії сталого розвитку [Текст] / Л. Г. Мельник, І. Б. Дегтярьова // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2012. — № 1. — С. 190–200.
9. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти / наук. керівник проекту акад. НАН України М. З. Згуровський // Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. — К. : НТУУ «КПІ», 2015. — 136 с.

Войтко С. В., Мяло Н. С.

К ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИЙ В АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКЕ

В статье рассмотрены основные характеристики инновационного процесса. Исследована значимость атомной энергетики в разрезе потребления и производства электроэнергии и прогнозы развития данного сектора в мире и Украине. Выделены приоритеты развития атомной энергетики в Украине, необходимы для достижения энергетической безопасности.

Ключевые слова: инновационные процессы, кластеры, атомная энергетика, ядерная безопасность, инвестиции, электроэнергия.

Voitko S. V., Mialo N. S.

TO THE POSSIBILITY OF INNOVATIONS IMPLEMENTATION IN NUCLEAR POWER ENGINEERING

In the article the main characteristics of the innovation process were examined. The significance of nuclear energy in terms of consumption and production of electricity and forecasts for the sector in the world and Ukraine are investigated. The priorities for the development of nuclear energy in Ukraine needed to achieve energy security were determined.

Key words: innovation processes, clusters, nuclear power, nuclear safety, investments, electricity.

УДК 336:621.311.1:334.716(477)

*Брижань Ірина Анатоліївна, д. е. н., доцент,
Мінайлена Інна Валентинівна, ст. викладач,
Арзуманян Анжеліка., Полтавський національний
технічний університет імені Юрія Кондратюка*

ПОШУК НОВИХ ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У науковій статті досліджено можливості отримання грантового фінансування для реалізації портфеля енергоефективних проектів на підприємстві, що дозволяють модернізувати енергетичний сектор в умовах євроінтеграції. Було визначено умови та процедуру отримання грантового фінансування для реалізації енергоефективних проектів, обґрунтовано стратегічний план щодо впровадження енергоефективних заходів, розроблено основні шляхи отримання грантових коштів для реалізації енергоефективних проектів на підприємстві.

Ключові слова: енергозбереження, енергоефективність, технології майбутнього, паливо-енергетичні ресурси, грантове фінансування.

В Україні енергоефективність підприємств залишається низькою, а енергосміністичність — одна з найвищих у світі. Протягом останніх років суттєвих зрушень у вирішенні цієї проблеми не було. Разом з тим, заходи щодо зменшення витрат і дотацій в енергетичному секторі могли б вивільнити значні фінансові ресурси для економічного розвитку підприємств України. Енергозбереження досягається, насамперед, за рахунок удосконалення технології виробництва, створення і впровадження енергозберігаючого обладнання, раціонального використання ПЕР. Крім цього, значна економія енергоресурсів може бути отримана за рахунок застосування нових методів управління енергетичним господарством промислових підприємств і організацій.

Для вдалого впровадження необхідних заходів забезпечення належного рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції, комфортних умов праці та умов надання соціальних послуг населенню необхідно вирішити проблеми енергоефективності у різних сферах життєдіяльності суспільства. Україна взяла курс на будівництво конкурентоспроможної національної економіки. Одним із найважливіших факторів при цьому є підвищення енергоефективності виробництва промислової продукції. Це потребує формування планів інноваційного розвитку. Головною вимогою до конкурентоспроможної продукції в цих планах є зниження потреби в енергії під час її виробництва. Але задля досягнення цієї мети економіка країни потребує достатньо великий обсяг фінансування. В зв'язку з тим, що коштів для впровадження усіх необхідних заощаджуючих програм як на рівні держави, так і на рівні окремого підприємства недостатньо, виникає потреба у пошуку нових джерел фінансування. Серед них, фінансування міжнародними організаціями, грантодавчими установами.

Дослідженням з управління портфелями проектів присвячені роботи ряду вітчизняних та зарубіжних вчених: Буркова В. М., Бушуєва С. Д., Воропасва В. І., Танака Х., Чернова С. К., Кошкіна К. В., Теслі Ю. М., Дружиніна Є. А., Товба О. С., Ципеса Г. Л., Мазура І. І., Шапіро В. Д., Бенко К., Мак-Фарлана Ф. У., Кендалла Д. І., Роллінза С. К., Козлова О. С., Аньшіна В. М., Матвеєва Д. О., Новікова Д. О., Цвєткова О. В. та інші, але не вказано їх джерела фінансування.

На сьогоднішній день економіка України знаходиться у складному становищі, викликаному прискоренням розвитку енергомістких галузей господарського комплексу, безплатним і марнотратним використанням енергоносіїв, відсталими технологіями, виснаженням і деградацією розвідних покладів паливно-енергетичних ресурсів, через

що їх видобуток постійно зменшується. У світі спостерігається відносна ресурсна обмеженість, зумовлена можливістю швидкого вичерпання найбільш доступних родовищ і перехід до розробки складніших, що спричиняє подорожчання енергоносіїв і робить використання більшої частини паливних ресурсів нерентабельним. Рішення енергетичної проблеми на сучасному етапі розвитку національної економіки має йти інтенсивним шляхом, який полягає у більш раціональному використанні паливно-енергетичних ресурсів або в здійсненні політики ресурсозбереження. Для цього виникає потреба розробки енергоефективних проектів на промислових підприємствах України. Однак, такі заходи потребують значних зусиль в плані організації та їх фінансування. Тому, виникає потреба пошуку додаткових джерел інвестування в енергозбереження.

Євроінтеграційні прагнення України стали невід'ємними реаліями економічного сьогодення, тому одним із джерел фінансування енергоефективних проектів є міжнародні донорські організації. Успіх на шляху України до євроінтеграції залежить від сприяння розвитку торгівлі та інвестицій, забезпечення підґрунтя для взаємовигідного економічного, соціального, фінансового, громадського та науково-технологічного співробітництва, а також підтримки зусиль України щодо розвитку її економіки та завершення переходу до ринкової економіки. У світі функціонує безліч організацій, які спрямовують свою інвестиційну діяльність саме на допомогу в реалізації енергоефективних проектів. Одними із таких організацій є грантодавчі установи.

Тому створення енергоефективних проектів, які включають диверсифікацію джерел енергії та використання джерел їх поновлення, набуває все більшого значення для розвитку усіх сфер економіки. Але, розуміючи складність впровадження енергоефективних проектів, неможлива їх реалізація на підприємствах без відповідної державної політики в даній сфері. Для значного підвищення енергоефективності на масштабних підприємствах створюють програми енергозбереження або енергоефективні проекти, в які включають всі необхідні заходи з підвищення енергоефективності виробництва та господарювання.

Послідовність їх реалізації за накопиченим досвідом зазвичай наступна: першочергові безвитратні, потім маловитратні, а перспективні енергозберігаючі заходи, хоча вони забезпечують найбільший ефект, — в останню чергу. Тому очевидно, що кожній одиниці зниження енергоємності відповідають різні капіталовкладення, які збільшуються з часом, і ефективність програм енергозбереження поступово знижується. Тому, після виконання безвитратних рекомендацій, впровадження маловитратних заходів та одного-двох масштабних проектів з енергозбереження зусилля у цьому напрямку дедалі слабшають, не зважаючи на величезний потенціал зниження енергоємності. Проте, позитивний ефект дає саме реалізація всього комплексу заходів [3]. Методика формування та реалізації енергоефективних проектів наведена на рис. 1.

I. Формування енергоефективних проектів перш за все починається зі збору необхідної інформації: регулятивно-правової документації, нормативної, планової, облікової та необлікової інформації, статистичної звітності про діяльність підприємства, на якому планується сформувати та реалізувати портфель енергоефективних проектів.

II. Далі проводиться оцінка поточної ситуації з енергоспоживання: аналіз витрат на енергоресурси, енергоємність виробництва.

III. Наступним етапом є розробка енергозберігаючих заходів, до яких можна віднести наступні :

- структурна перебудова підприємства, яка спрямована на випуск менш енергоємної, конкурентоздатної продукції;
- спеціалізація та концентрація окремих енергоємних виробництв по регіонам;

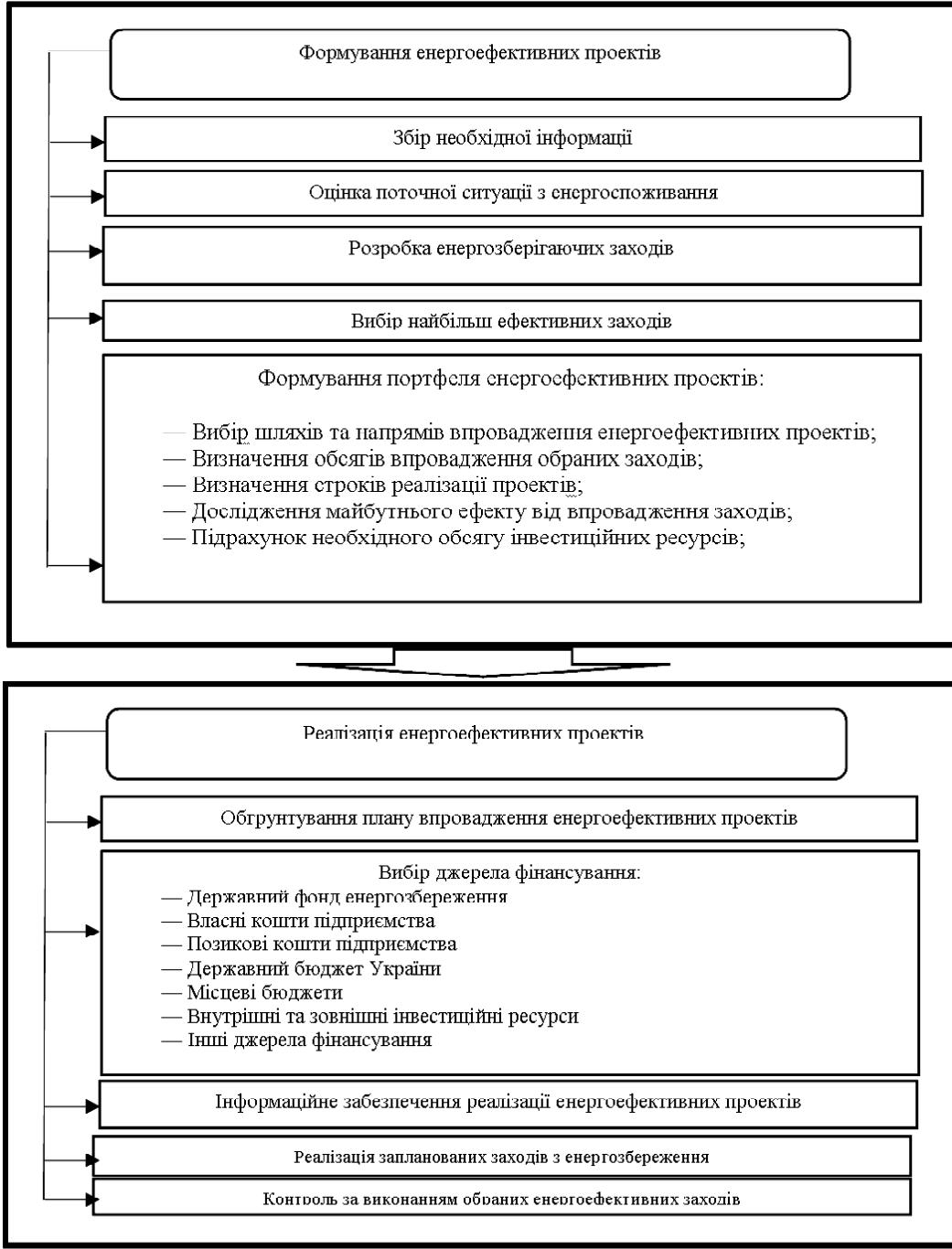


Рис. 1. Методика формування та реалізації енергоефективних проектів (авторська розробка)

- удосконалення існуючих систем енергопостачання підприємства;
- модернізація і технічне переозброєння виробництв на базі науково-ресурсо-та енергозберігаючих та екологічно чистих технологій;
- використанні вторинних енергоресурсів та альтернативних видів палива;
- підвищення ефективності роботи котелень та компресорних установок;
- застосування ефективних систем тепlopостачання, освітлення, вентиляції, гарячого водопостачання;

- застосування джерел енергії з високоефективними термодинамічними циклами.
- IV. Вибір найбільш ефективних заходів проводиться за трьома напрямками [6]:
- зниження споживання енергії;
 - заміщення енергоресурсів, що використовуються, на інші джерела енергії;
 - збільшення коефіцієнту використовування ПЕР.

V. Останній етап — формування портфеля енергоефективних проектів. Документ, що регламентує порядок організаційно-технологічних заходів (ОТЗ) — це державний стандарт 2155-93 «Енергозбереження». Методи визначення економічної ефективності заходів з енергозбереження, чинний від 01.01.95. Відповідно [2] до складу технологічних ОТЗ відносять наступні заходи:

- застосування досконаліших технологічних процесів видобутку, переробки, одержання і використання ПЕР, заснованих на широкому використанні новітніх досягнень науки, техніки і технології у відповідних галузях, а також використання «ноу-хау», передового вітчизняного і закордонного досвіду;
- заміна неекономічного і застарілого устаткування, що виробляє і споживає енергію, ефективнішим;
- підвищення енергетичного коефіцієнту корисної дії пристройів і агрегатів за рахунок удосконалювання технологічних процесів і режимів роботи, скорочення тривалості змущених простоїв і невиробничих втрат ПЕР, удосконалення процесів використання палива, застосування рекуперації і регенерації теплоти, рециркуляції енергоносіїв;
- застосування комбінованих енерготехнологічних процесів з використанням енергетичного потенціалу продуктів одного технологічного процесу в іншому безпосередньо, без проміжного перетворення енергії;
- удосконалювання структури і оптимізація балансу енергоспоживання підприємства за рахунок обґрунтованого вибору найефективніших видів ПЕР і енергоносіїв відповідно до конкретних умов енергоспоживання і системи енергопостачання.

Кожен з таких заходів має відповідний опис: шляхи та напрями впровадження, обсяги впровадження, строки реалізації, визначення майбутнього ефекту від реалізації та обрахунок необхідних інвестиційних ресурсів.

У другому блоці методики розглядається реалізація енергоефективних проектів.

I. Обґрунтування плану впровадження енергоефективних проектів проводиться на основі оцінки поточної ситуації з енергоспоживання:

- дослідження динаміки зміни цін на енергоресурси;
- фіксація витрат на придбання окремих видів енергетичних ресурсів;
- оцінка енергосмісності виробництва продукції на підприємстві;
- визначення нормативів використання енергоресурсів та відхилення від них.

II. Вибір джерела фінансування є чи не найголовнішим етапом під час реалізації проекту. До джерел фінансування відносять [1]:

- Державний фонд енергозбереження,
- власні кошти підприємства,
- позикові кошти підприємства,
- Державний бюджет України,
- місцеві бюджети,
- внутрішні та зовнішні інвестиційні ресурси,
- інші джерела фінансування.

III. Інформаційне забезпечення реалізації енергоефективних проектів включає наступні кроки:

- пошук первинної інформації про конкурси, які проводяться на території регіону, округу чи країни;

-
- аналіз первинної інформації;
 - зіставлення отриманої інформації з наявними проектними напрацюваннями та ідеями;
 - організація роботи проектної групи;
 - оформлення і подання заявок відповідно до вимог положення про конкурс.

IV. Реалізація запланованих заходів з енергозбереження.

V. Контроль за виконанням обраних енергоефективних заходів.

Реалізація енергоефективних проектів залежить від наявних фінансових ресурсів.

Тому основним джерелом коштів є грантове фінансування:

— державні фонди та організації, які фінансуються з державного бюджету країни-донора. Для цієї групи донорських організацій властиві найбільший бюрократизм та складна система вимог. Їхні програми спрямовані на вузьке коло потенційних грантоотримувачів, часто передбачають залучення до реалізації проектів громадян своєї країни та не фінансують роботу іноземців. В окремих випадках ці донорські організації надають гранти іноземним заявникам, при цьому найчастіше не напряму, а через організацію-посередника;

— міждержавні (міжнародні) організації, діяльність яких фінансують декілька держав, у тому числі через членство в міжнародних організаціях. Ці організації фінансуються переважно за рахунок внесків держав-членів, а також можуть отримувати фінансові кошти від міжнародних організацій та інших партнерів, включаючи і приватні фонди;

— приватні фонди та організації (недержавні некомерційні організації, засновані приватними особами або компаніями). Вони надають гранти за пріоритетами, що відповідають інтересам засновників. Серед цієї групи донорів виділяють незалежні фонди, які, як правило, створюються приватною особою, сім'єю або групою осіб й функціонують за рахунок отриманих дивідендів від капіталу а також асоційовані фонди, які фінансуються за рахунок коштів приватних компаній. Написання проектних заявок до таких донорських організацій, як правило, потребує менших зусиль, оскільки вимоги до їх оформлення менш жорсткі, а звітність простіша порівняно із державними донорськими організаціями.

Перевагами грантового фінансування є підвищення конкурентоспроможності підприємств-отримувачів грантів; посилення інвестиційних позицій підприємства та збільшення його можливостей у залученні інших зовнішніх ресурсів (позик, розміщення муніципальних облігацій); гармонізація ідей і намірів ключових гравців у сфері економічного розвитку: місцевих органів влади, бізнесу, громадськості через вимогу міжнародних донорських організацій будувати партнерства при реалізації проектів; отримання грантів на безповоротній основі потенційно надає підприємствам потужний інструмент для впливу на місцеву економіку, не обмежує їх майбутніми зобов'язаннями щодо повернення отриманих ресурсів та не збільшує боргове навантаження на бюджет.

Хоча можна виділити і наступні недоліки: переорієнтація політики у сфері економічного розвитку відповідно до програмних пріоритетів міжнародних донорських організацій, які можуть не узгоджуватись із місцевими потребами; співфінансування грантових проектів з місцевих джерел може призводити до зменшення обсягів фінансування інших важливих проектів і програм; формування в місцевих органів влади, інших грантоотримувачів в залежності від грантових ресурсів і пасивність у використанні інших механізмів фінансування економічного розвитку.

В результаті дослідження особливостей грантового фінансування було виокремлено основні етапи оформлення грантів.

I. Оголошення конкурсу. Зазначаються програмні пріоритети та перелік можливих заходів, вимоги до заявників, структура проектної заявки та вимоги до бюджету кошто-

рису проекту, перелік необхідних додатків, строки прийому та розгляду проектів. ЄС та інші донори час від часу публікують на своїх веб-сторінках оголошення про конкурси проектів в різних сферах. Для кожного такого конкурсу існують окремі пріоритети, обсяги грантів та критерії відбору.

II. Безпосереднє отримання проектних заявок донорською організацією. Через те, що переговори з заявником та організацією-донором не ведуться, необхідно чітко дотримуватись вимог, в тому числі адміністративних, в процесі підготовки заявки. Будь-яку пропозицію, що неповністю відповідає всім критеріям та шаблону заявки, буде відхилено. Всі заявки мають подаватись виключно англійською мовою. Для того щоб вкластися в зазначені строки, заявник має спланувати достатню кількість часу на переклад пропозиції. Переклад заявки має бути якісним та коректним з точки зору термінології ЄС та технічної лексики [5].

Заявка на фінансування подається у вигляді проекту. Як правило, проектні заявки складаються на підставі аплікаційних форм. Аплікаційна форма (специфічна форма анкети) являє собою набір розділів, висвітлення яких є обов'язковим. У деяких БФ аплікаційні форми розроблені настільки докладно, що підготовка проекту по суті зводиться до відповідей на питання анкети [4].

III. Розгляд поданих проектних заявок. Розгляд відбувається на засіданні програмної ради чи іншого органу донорської організації, уповноваженого приймати рішення за результатами такого розгляду. На першому етапі проекти перевіряються менеджерами програми з погляду їхньої відповідності пріоритетам програми грантів і правильності оформлення документів. На другому етапі проекти розглядаються членами спеціальних експертних комісій, що приймають рішення про фінансування. На третьому етапі проекти затверджуються директором (правлінням) фонду.

Як правило, процедура розгляду проектів (з моменту подачі заявки до початку фінансування) займає від трьох до 12 місяців. Реальні строки розгляду необхідно враховувати під час підготовки проекту, оскільки він може «морально застаріти» ще до початку фінансування.

IV. Прийняття рішення щодо фінансування відібраних проектів. Учасників відповідного конкурсу повідомляють про результати розгляду їх проектних пропозицій листом, а інформацію про переможців додатково оприлюднюють на веб-сторінках міжнародних донорських організацій.

V. Підписання грантової угоди із головними виконавцями проектів, зазначеними у проектних заявках. Грантова угода відображає обов'язки грантоотримувача щодо здійснення проекту і вимоги донорської організації щодо управління коштами гранту, визначає остаточний бюджет, а також план отримання виплат і надання звітів про реалізацію проекту.

VI. Реалізація проектів. Виконання запланованих заходів, їх фінансування та досягнення результатів.

VII. Подання грантоотримувачем описових і фінансових звітів. Проміжні звіти повинні містити інформацію про хід реалізації конкретного етапу проекту з описом безпосередніх результатів окремих заходів та кінцеві, які повинні містити опис досягнень та впливу проекту на навколошнє середовище.

VIII. Моніторинг та оцінювання кінцевих результатів реалізації проектів. Шляхом участі в заходах проекту, аналізу поданих описових і фінансових звітів, здійснення візитів до організацій, проведення зустрічей із працівниками проекту та їхніми партнерами.

Однак, існує декілька проблем, що виступають бар'єрами на шляху до створення та реалізації енергоефективного комплексу.

По-перше, окрім програм енергозбереження не створюють єдину синергічну систему на макроекономічному рівні.

По-друге, наразі в Україні не завжди використовуються безвідходні та маловідходні виробництва, що збільшує негативний вплив на навколошнє середовище і збільшує паливно-енергетичні втрати.

По-третє, наявна нестача фінансових ресурсів для реалізації енергоefективних заходів.

В умовах зростаючої енергетичної залежності України та постійного підвищення цін на енергоносії, енергоємна національна економіка, що розвивається, зазнає значних втрат, що призводить до зниження рівня виробництва та гальмування соціально-економічного розвитку. Тож питання зниження енергозалежності через формування ефективної програми енергозбереження та розвитку альтернативної енергетики України відносяться до стратегічно важливих, які потребують нагального вирішення. В свою чергу гостро постало проблема пошуку джерел фінансування для реалізації розроблених енергоefективних проектів і одним із шляхів вирішення є грантове фінансування.

В нинішніх умовах промисловим підприємствам складно розраховувати на фінансову підтримку енергоefективних проектів з боку держави. Так само і власні кошти є найменш можливим джерелом фінансування. Це зумовлено тим, що більшість підприємств України — збиткові. Тому в даний момент існує брак цих коштів і фінансування за власний рахунок може собі дозволити досить мало підприємств. Поряд з власними коштами розглядалися і позикові кошти. Перш за все це банківські кредити. Це джерело фінансування хоч і є одним з найрозвинутих, але поряд з тим, економічна криза сильно «вдарила» по кредитним установам і банкам. Тому можливість взяти банківські кредити стала досить жорсткою.

Розглянувши основні джерела фінансування енергозбереження в Україні, найоптимальнішим джерелом фінансування енергоefективності є міжнародні донорські організації, які надають грантову підтримку для реалізації заявлених енергоefективних проектів.

Література

1. Закон України «Про енергозбереження» № 74/94 ВР від 1 липня 1994 року (зі змінами та доповненнями від 16.10.2012) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/94>.
2. Державний стандарт України. ДСТУ 2155-93 «Енергозбереження. Методи визначення економічної ефективності заходів з енергозбереження», чинний від 01.01.10
3. Позняк Ю. І., Мінайленко І. В. Особливості фінансування енергоefективних проектів на підприємстві, економічні аспекти енергозбереження: проблеми та шляхи їх вирішення [Текст] / Матеріали Всеукраїнської студентської Інтернет-конференції, 16–17 жовтня 2014 р. — Полтава : ПолтНТУ, 2014. — 237 с.
4. Кіріц В. Як писати заявки на гранти [Текст] / В. Кіріц // Податкове планування. — 2008. — № 3. — С. 36–42.; № 4. — С. 41–48.
5. Мэйхен М. Как получить грант? [Текст] / Мэйхен М. // Библиотека. — 2009. — № 2. — С. 22–25; Библиотека. — 2009. — № 4. — С. 9–11; Библиотека. — 2009. — № 5. — С. 28–31; Библиотека. — 2009. — № 6. — С. 26–27.
6. Стимулювання підприємницької діяльності у сфері енергоefективності у світі Податкового кодексу України [Електронний ресурс] / Головне управління промисловості та розвитку інфраструктури Луганської ОДА. — Режим доступу: www.loga.gov.ua/oda/about/depart/promp/industry/energy savings/2011/05/19/energy savings_2491.html.

Брижсань І. А., Миняйленко І. А., Арзуманян А. С.

**ПОИСК НОВЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ
ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ ПРОЕКТОВ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ**

В научной статье исследованы возможности получения грантового финансирования для реализации портфеля энергоэффективных проектов на предприятиях, которые позволяют модернизировать энергетический сектор в условиях евроинтеграции. Были определены условия и процедуру получения грантового финансирования для реализации энергоэффективных проектов, обосновано стратегический план по внедрению энергоэффективных мероприятий, разработаны основные пути получения грантовых средств для реализации энергоэффективных проектов на предприятиях.

Ключевые слова: энергосбережение, энергоэффективность, технологии будущего, топливно-энергетические ресурсы, грантовое финансирование

Bryzhan I. A., Miniailenko I. V., Arzumanian A. S.

**SEARCHING OF NEW SOURCES OF FUNDING THE ENERGY
EFFICIENCY PROJECTS IN INDUSTRY UKRAINE**

This scientific article explored possibilities of grant funding for realization case of energy efficient projects on industry, the possibility to modernize the energy sector in European integration context.. It determined conditions and procedures of getting grant funding for realization case of energy efficient projects, also approved the strategic plan about implementation of energy efficient measures, developed main ways of receiving grant funding for realization energy efficient projects on industry.

Key words: energy safety, energy efficient, technology of future, fuel — energy resources, grant funding.

УДК 658:005.922.1:33

Лихолат Євген Олексійович, к. е. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

СКЛАДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНФРАСТРУКТУРІ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Проаналізовано ризики тінізації економічних відносин для досягнення цілей реформування економіки та соціальної сфери. Визначено пріоритети та заходи державної політики щодо детінізації економіки.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, державне регулювання детінізації туристичної галузі, тінізація економічних відносин, економічна безпека держави, корупція, легалізація (відмивання) злочинних доходів.

Тіньова економіка в Україні є однією з найбільших перешкод розвитку конкурентоспроможності країни, зростання соціальних стандартів життя населення та інтеграції в європейське співтовариство. Вона є відображенням активної криміналізації економічних процесів, високої корумпованості органів державної влади та низької правової і податкової культури юридичних та фізичних осіб. Вирішення цих проблем — серйозний виклик Україні після політичних змін у 2013–2014 pp. [1].

Розвиток туристичної галузі являється вагомим джерелом доходів підприємств і держави. На даний час офіційні дані не відображають реальних даних щодо доходів і прибутків туристичної галузі, оскільки тінізація підприємств зростає. Це в свою чергу негативно впливає на соціально-економічний розвиток суспільства.

Ринковим умовам господарювання притаманна нестабільність зовнішнього середовища, яка, в свою чергу, є джерелом небезпек для економічної діяльності підприємництва. У процесі трансформації економіки України принципових змін зазнало і внутрішнє середовище підприємницької діяльності.

Економічна безпека підприємства в сьогодення має особливе значення та потребує створення сприятливого клімату, який визначає перспективи його розвитку. Тому економічна безпека підприємництва і економічного розвитку країни в цілому є вирішальним чинником [4].

Дослідження закордонного досвіду свідчить, що в іноземних державах щоразу нові вимоги з боку суспільства до забезпечення правопорядку впливають на організацію діяльності з забезпечення безпеки. Дане питання досліджували такі науковці, як І. Бінько, А. Бочі, С. Кириленко, Р. Нолан, В. Оргінський, В. Поворозник, В. Пономарьов, А. Ревенко, В. Селіванова, В. Сідак та інші. Проте туристичний бізнес поки що залишився поза їх увагою. Високо розвинуті держави вже пройшли значно більший шлях розбудови систем економічної безпеки ніж Україна. Вони мають вже чітко визначені нормативно-правові системи безпеки діяльності підприємств.

Зосередимо увагу на системному обґрунтуванні поняття економічної безпеки підприємництва, в тому числі і туристичної галузі, та її складників.

Економічна безпека — стан економіки, при якому забезпечується досить високе і стійке економічне зростання; ефективне задоволення економічних потреб; контроль держави за рухом і використанням національних ресурсів; захист економічних інтересів країни на національному і міжнародному рівнях.

Економічна безпека — є складовою частиною національної безпеки [4].

Економічна безпека підприємства — це такий стан корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, інформації і технології, техніки та устаткування, прав) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їхнє використання

для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам.

Обсяг тіньової економіки України фіксується на рівні 20–50 % ВВП [1].

Тінізація економіки України в період кризи 2008–2009 рр. знову наблизилася до критичного рівня та потому демонструє досить слабкі тенденції до скорочення. У світовій практиці рівень тінізації економіки понад 40 % ВВП оцінюється експертами як критичний, оскільки за таких умов важелі регулювання економікою втрачають дієвість [8].

Дані Держкомстату щодо тіньової економіки є заниженими. Державна служба статистики України останніми роками визначає обсяги тіньової економіки у середньому від 15 % до 18 % ВВП. Варто зазначити, що ці дані значно відрізняються від даних інших служб та науковців.

За даними Держкомстату, Мінекономіки, дослідження Ф. Шнайдера у 2012 Інтегральний показник рівня тіньової економіки складав 32 %, у 2013 Інтегральний показник рівня тіньової економіки — 35 % і у 2014, I кв. Інтегральний показник рівня тіньової економіки — 40 % [1].

Відповідно до розрахунків Міністерства економічного розвитку та торгівлі України обсяг тіньової економіки в Україні за останні 5 років становить від 28 % до 39 % ВВП. Зазначений показник розраховується різними методами, які враховують розбіжності між доходами та витратами населення, динамікою готівки в обігу та обсягами виробництва, використанням електроенергії та обсягами виробництва, а також динамікою цін факторів виробництва, готової продукції та рентабельністю виробництва [1].

У першому кварталі 2012 року рівень тіньової економіки України становив 34 % від обсягу офіційного ВВП. Про це сказано в звіті Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [17].

За попередніми оцінками, в першому кварталі 2012 року два методи розрахунку тіньової економіки з чотирьох, які використовує Мінекономрозвитку, показали зростання тінізації, один — незмінність її рівня, і лише монетарний метод — показав детінізацію економіки. ...згідно з яким даний показник скоротився на 3 п.п. і склав 26 % від рівня офіційного ВВП [17].

Але для визначення номінального рівня використовується лише цілий показник, значення якого залишилося незмінним порівняно із оцінками I кварталу 2011 року — 34 %. Отже рівень тіньової економіки в Україні у I кварталі не змінився порівняно із аналогічним періодом минулого року [7].

У міжнародних порівняннях обсяг тіньової економіки оцінюється на рівні 52,8 % ВВП. У 2013 році у тіні опинилося приблизно 250 млрд. грн. бюджетних коштів [1].

Поширення тіньової економіки негативно позначається на дієвості механізмів та інструментів глобального управління, управління національними економіками. Основними сучасними проблемами тінізації економічних відносин у глобальному вимірі визнано тіньову зайнятість та тіньові фінансові потоки. До основних інструментів тінізації фінансових потоків відносимо мінімізацію податкових зобов'язань, ухилення від оподаткування, виведення коштів за межі України, легалізацію доходів, одержаних злочинним шляхом, та порушення бюджетних видатків.

Державне регулювання детінізації туристичної галузі повинно базуватися на вагомому зниженні рівня тінізації шляхом створення сприятливих умов легалізації капіталів. Державна стратегія повинна базуватися на принципах комплексності (забезпечення потреб підприємств туристичної галузі), системності (взаємозв'язок всіх складових інфраструктури підприємств туристичної галузі) та розподілу (підтримка підприємств туристичної галузі на рівні автономії).

За оцінками фіiscalьних органів, у 2012 році загальний обсяг тіньового сектора української економіки становив як мінімум 350 млрд. грн. на рік. При цьому 170 млрд. грн. становила зарплата в «конвертах», 100 млрд. — виведення безготівкових коштів у готівкову форму або на інвалютні рахунки в іноземних банках, 35 млрд. — неофіційні платежі, 45 млрд. грн. — основні кошти, матеріальні ресурси і послуги тіньового сектора.

У 2013 році у тіні опинилося приблизно 250 млрд. грн. коштів українських платників податків. 41 % закупівель державні та комунальні підприємства проводили без застосування тендерних процедур. За даними СБУ від 50 до 75 % бюджетних асигнувань під час процедури держзакупівель освоюється з численними порушеннями. Через корупційні оборудки у сфері держзакупівель збитки становлять 10–15 % (35–53 млрд. грн.) видаткової частини держбюджету щорічно [1].

Обсяги виведення коштів, отриманих в результаті корупційних та економічних злочинів, за оцінками міжнародних експертів, перевищують 10 млрд. дол. США на рік. При цьому в останні роки виведення капіталів за рахунок заниження цін експорту складає від 73 до 79 % [1].

За оцінками Міжнародної організації праці (МОП), рівень тіньової зайнятості в Україні становить близько 9 %. За даними Інституту економіки і прогнозування у 2012 р. частка працюючих в тіні складає 16,61 % від усіх працюючих. За оцінками Конфедерації роботодавців України, «в тіні» працюють близько 5–7 млн. українців. За січень–жовтень 2013 року співробітники Міністерства доходів і зборів України виявили понад 80 тис. найманіх працівників, які працювали без укладання трудових угод з працедавцями [1].

Також високими залишаються внутрішні ризики дестабілізації економічної ситуації, серед яких найбільшими є збільшення негативного сальдо поточного рахунку платіжного балансу, зростання девальваційних очікувань та низька кредитна активність.

Тому, управління підприємством повинно бути спрямоване на дотримання відповідного рівня економічної безпеки. Підвищення ефективності конкурентоспроможності, виробництва та підвищення економіко-технологічного потенціалу визначає нові підходи в управлінні економічними процесами держави. Комплекс таких підходів обов'язковий для досягнення економічного росту підприємства і національної економіки в цілому.

Основними напрямами впровадження стратегії детінізації економіки у сфері туризму повинні стати: створення відповідної законодавчої бази у сфері туризму України; розвиток національного туристичного продукту; створення, модернізація та реконструкція туристичної інфраструктури відповідно до міжнародних стандартів; активізація внутрішнього та іноземного туризму; пом'якшення податкового та валютного тиску, а також митного та контролю; залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі на пільгових умовах; контроль якості туристичних послуг; створення, функціонування та розвиток туристичних центрів і кластерів. Реалізація таких заходів забезпечить підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств та внесе позитивні зміни в економіку туристичної галузі та держави в цілому.

Економічна безпека є складовою економіки країни, яка забезпечує стабільність її функціонування для розширення виробництва та зменшення впливу зовнішніх і внутрішніх негативних факторів.

Методи вирішення проблем безпеки діяльності туристичного підприємства на пряму пов'язані з сутністю безпеки підприємництва, в інфраструктурі детінізації всіх галузей економіки.

Створення за рахунок державного фінансування мобільних науково-практичних груп (центри, лабораторії) для дослідження тіньової економіки у сфері туризму та оцінювання її масштабів і шляхів зменшення дасть можливість певною мірою обмежити

тіньову економічну діяльність туристичного бізнесу, повернути частину тіньової економіки в русло нормального розвитку.

Перспективи розвитку підприємств зокрема туристичних, в системі економічного розвитку країни в цілому набувають сьогодні особливого значення. Виникає проблема формування сприятливого клімату, щодо економічної безпеки підприємства та стає вирішальним чинником що визначає перспективи розвитку підприємств [2].

Слід виділити такі критерії негативного впливу на економічну безпеку підприємства, в тому числі і туристичноїгалузі:

1. Оцінка показників всіх функціональних складових за фактичний рік.
2. Визначити рівень та розрахувати коефіцієнти ретроспективності кожної функціональної складової за фактичний рік.
3. Розробити прогноз показників всіх функціональних складових на довгострокові та короткострокові періоди та визначити рівень кожної функціональної складової.
4. Розробити напрямки забезпечення кожної функціональної складової економічної безпеки підприємства.

Детінізація економіки є однією з головних цілей податкової реформи [2].

Безпека підприємництва пов'язана з ризиками, зокрема: фінансовими, кредитними, страховими та іншими [5].

Інфраструктуру економічної безпеки підприємницької діяльності пов'язують з управлінням кредитними, страховими та іншими ризиками, які впливають на питання детінізації економіки.

Кредитні і страхові ризики являються найвагомішими серед ризиків, які впливають на економічну безпеку підприємництва.

Тому, формуючи систему економічної безпеки підприємства, в тому числі і туристичного, слід зосередитися на основних елементах системи.

Комплексна система економічної безпеки підприємства включає широке коло засобів управління ризиками, особливо при формуванні цілісної інфраструктури економічної безпеки діяльності підприємництва в тому числі і туристичного напрямку.

За даними міжнародних експертів [9], Україна входить до двадцятки країн «лідерів» з найбільшим обсягом відливу тіньового капіталу з країни (майже 82 млрд. дол. за підсумками 2000–2008 років). Як бачимо, тіньовий капітал являється потужним нездіянім інвестиційним ресурсом для України та ресурсом для стабілізації її фінансової системи.

Корупція на світовому рівні залишається соціально-економічним явищем, на подолання якого направлено спрямовані дії багатьох держав. Між корупцією та легалізацією (відмиванням) злочинних доходів існує тісний зв'язок, і тому вимагає зосередження на проблемі корупції, як джерелі формування злочинних доходів, які згодом можуть легалізуватись та використовуватись на фінансування тероризму.

Ряд міжнародних організацій, значну увагу приділяють корупції, як джерелу накопичення коштів, та можуть брати участь у легалізації (відмиванні) злочинних доходів. Серед них особливе місце займає FATF (Група розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей), оскільки запропоновані нею інструменти є комплексними та системними.

У FATF вважають, що корупція має достатній потенціал негативного впливу на економічний розвиток будь-якої країни, та заважає боротьбі з організованою злочинністю та ефективному державному управлінню, а також підтриває основи довіри до законодавства. Тому у червні 2012 року FATF був підготований типологічний звіт «Конкретні фактори ризику, пов'язані з легалізацією (відмиванням) доходів від корупції», який був

першим документом цієї організації, що був присвячений проблемі протидії корупції. У звіті наводяться найбільш яскраві випадки корупційних справ в урядах різних країн та окреслено орієнтири для подальшої роботи для поглиблого розуміння взаємозв'язків між корупцією та легалізацією (відмиванням) злочинних доходів [10].

ООН з метою узагальнення практики протидії легалізації (відмиванню) злочинних доходів у світі та розроблення спільніх міжнародних програм з такими структурами як FATF, Світовий банк, Інтерпол із протидії цьому явищу було створено ініціативу IMOLIN (Інформаційна міжнародна мережа з протидії відмивання коштів) [14].

Повернувшись до історії, згадаємо антикризову програму Президента США Ф. Рузельта у роки великої депресії (30-ті роки). В її основі покладено заходи по упорядкуванню кредитно-фінансових відносин [12]. Від ефективності і безперебійності функціонування кредитно-фінансового механізму залежить своєчасне забезпечення фінансовими засобами та економічний розвиток країни. Велика економічна криза 1929–1933 років була однією з найбільших криз того часу. Вона охопила всі великі країни Європи і умови до виживання, особливий вплив вона мала на занедбані країни, а в той час такою власне була Польща [17]. Під час великої кризи тридцятих років, поряд з явищем концентрації власності і інших змін в технічній і громадській організації продукції, наступило прискорення процесу створення нових зasad господарської політики урядів країн Європи [14].

Загальний інтерес виникає до скоординованої роботи підприємств, банків і страхових компаній, які забезпечують життєдіяльність один одного, та позитивно впливають на детінізацію економіки.

За даними Державної фіiscalної служби України, в 2013 році діяльність фіктивних фірм призвела до втрат державного бюджету в обсязі 200 млрд. грн.. Діяльність фіктивних фірм полягає у наданні послуг із легалізації (відмивання) злочинних доходів, ухилення від сплати податків, виведення коштів з України до офшорів. Виникнення попиту на послуги фіктивних фірм породжує потребу зниження фіiscalного навантаження в Україні, проведення податкової амністії та спрошення адміністрування податків з метою оздоровлення конкурентного середовища в Україні та ліквідації причин фіктивного підприємництва [15].

Проблеми захисту інформації з обмеженим доступом мають вагомий вплив на підприємницьку діяльність, у сфері виробництва, торгівлі чи наданні послуг, в тому числі і туристичних.

Слід зауважити, що всі види ризиків і загроз пов'язані між собою, і часто відділити їх один від одного важко. Наприклад, економічна експансія, демографічні, енергетичні, сировинні та інші загрози впливають на економічну безпеку держави в цілому.

Зокрема криза в сільському господарстві, яка почалася в Польщі від різкого спаду цін в 1928/29 рр. застала сільське господарство в ході інтенсифікації продукції. Офіційна інтервенційна акція уряду в напрямку підтримки вивезення рослинної продукції за межі держави, охоплюючи значні матеріальні засоби багаторазово піддавалася критиці [3; 6; 11].

Використання широкої шкали демпінгових товарів на вивезення продуктів, особливо тих ціна яких не покривала вартості продукції, приводили до збідніння господарства, до зниження рівня купівельної спроможності суспільства. Погоня за засобами оплати призвели в роки кризи до розширення демпінгу, до спаду купівельної спроможності суспільства.

Отже, система економічної безпеки підприємництва туристичної галузі, це складний механізм, який відіграє важливу роль в інфраструктурі детінізації економіки

країни і суспільства в цілому. Основною метою детінізації економіки України є створення необхідних умов для покращення інвестиційного клімату, зниження податкового та регулятивного тиску на підприємницьку діяльність в тому числі туристичних, захист прав власності та трудових відносин.

Для забезпечення ефективного та послідовного поступу реформ потрібно створити умови, за яких перебування у нелегальному секторі стає надто ризикованим та коштовним. При здійсненні реформ необхідно дотримуватися принципу непогіршення умов ведення бізнесу та оплати праці сумлінних платників податків. В іншому випадку, такі заходи створюватимуть умови для подальшої тінізації економіки та підриву довіри до влади.

Створення сприятливого клімату для інвестицій і інновацій, постійна модернізація виробництва, підвищення професійного, освітнього і загальнокультурного рівня працівників стають необхідними й обов'язковими умовами стійкості й самозбереження не тільки підприємств, але й національної економіки.

Література

1. *Бочі А.* Тіньова економіка в Україні: причини та шляхи подолання [Електронний ресурс]: публікація / Ангела Бочі, Василь Поворозник; Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД) — 2014. — Режим доступу: <http://www.icps.com.ua/pub/files/118/...pdf>.
2. *Білоус І.* Одна з головних цілей податкової реформи — детінізація економіки [Електронний ресурс] : інтерв'ю Прес-служба Державної фіiscalної служби — Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=247516342.
3. *Borocki W., Antoniewski S. W. K.*, Rewizjonizm w polityce zbozowej, *Rolnik Ekonomista*, 1933; *Gospodarka Narodowa*, nr10 I 11.
4. *Гарічева С. Ю.* Система економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс]: стаття 2012 р. Менеджмент: розвиток, теорія та практика (15.11 - 15.12.). — Режим доступу: http://www.thesis.at.ua/publ/menedzhment_rozvitok_teoriya_ta_praktika/garicheva_s_ju_sistema_ekonomichnoji_bezpeki_pidprietstva/5-1-0-52.
5. *Grosfeld L.* Polska w latach kryzysu gospodarczego 1929–1933. — Warszawa 1952. — S. 17–18.
6. Загальні тенденції тіньової економіки у І кварталі 2012 [Електронний ресурс] : Управління макроекономічного прогнозування. Відділ економічної безпеки та детінізації економіки. — Режим доступу: http://www.me.gov.ua/file/ .../Shadow_Ikv2012.d.
7. *Іванов О.* Щодо пріоритетних напрямів детінізації економіки України [Електронний ресурс]: Аналітична записка / Іванов О., Тищук Т. Відділ макроекономічного прогнозування та досліджень тіньової економіки. — Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/676/#_ftnref1.
8. Illicit Financial Flows from Developing Countries: 2000–2009 / Global Financial Integrity Program. — [Cited 2013, 14 Jan.]. — Available from: http://www.gfi.org/storage/gfi/documents/reports/IFF2010/gfi_iff_update_report-web.pdf.
9. Ініціатива прозорості добувних галузей [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://eiti.org>.
10. *Landau Z., Tomaszewski J.* Zarys historii gospodarczej Polski 1918–1939. — Warszawa, 1962, wyd. II. — S. 141–145.
11. *Лановик В.* Економічна історія України і світу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ukrkniga.org.ua/ukrkniga-text/books/_book-624.htm.
12. *Sokolowski K.* Dumping..., w: Piec lat froncie gospodarczym. — T. I. — Warszawa, 1931. — S. 437–439.
13. Офіційний сайт IMOLIN (Інформаційна міжнародна мережа з протидії відмиванню коштів) [Електронний ресурс] / — Режим доступу: <http://www.imolin.org>.
14. *Павлова А. М.* Використання інструментів FATF з метою протидії корупції в Україні [Електронний ресурс]: Аналітична записка Відділ фінансової безпеки. — № 40, серія «Економіка». — Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1672>.
15. *Ciepielewski J.* Wies Polska w latach wielkiego kryzysu 1929–1935: Ksiazka I wiedza / Jerzy Ciepielewski. — Warszawa, 1965.

16. Українська економіка продовжує уходити в тінь [Електронний ресурс]: Информационное агентство ЛІГАБізнесІнформ. — Режим доступу: http://www.news.liga.net/.../718746-ukra_nska_ekono.

Лыхолат Е. А.

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ В ИНФРАСТРУКТУРЕ ДЕТЕНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Проанализированы риски тенизации экономических отношений для достижения целей реформирования экономики и социальной сферы. Определены приоритеты и меры государственной политики по детенизации экономики.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, государственное регулирование детенизации туристической отрасли, тенизация экономических отношений, экономическая безопасность государства, коррупция, легализация (отмывание) преступных доходов.

Lykholat Y. O.

COMPONENTS OF ECONOMIC SECURITY TOURIST ENTERPRISE INFRASTRUCTURE SHADOW ECONOMY

Analyzed the risks shadowing economic relations to achieve the objectives of economic reform and social sphere. Priorities and measures of national policy on legalization of the economy.

Keywords: economic security, government regulation of the tourism industry deshadowing, shadowing economic relations, economic security, corruption, legalization (laundering) of proceeds of crime.

УДК 338.3/65.012.32

Батьківець Наталія Олегівна, к. е. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

ОСОБЛИВОСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

В статті розглядаються теоретичні та організаційні проблеми операційного менеджменту на підприємствах готельної індустрії. Обґрунтовано теоретичні засади операційної діяльності підприємств готельного бізнесу, висвітлено особливості операційних систем і процесів, що зумовлені галузевою специфікою туристичної галузі. Розглянуто питання рівнів та методів контролю здійснення операційної діяльності в готельному бізнесі.

Ключові слова: операційний менеджмент, операційна функція, операційна система, операційний процес, операція, операційна стратегія, операційний цикл.

Філософія ведення бізнесу у будь-якій сфері суспільного відтворення потребує наявності чіткої концепції управління ним. Виробництво та надання послуг відноситься до нематеріальної сфери, отже операційні цикли підприємств готельного бізнесу мають характерні особливості та відмінності, що вимагає формування адаптивної операційної системи та механізму управління якістю та контролю за нею. Жодна із операційних систем не є довговічною, тривалість її життєвих циклів визначається рядом показників ефективності та результативності, що потребує врахування особливостей та специфіки функціонування підприємств готельного бізнесу в сучасних мінливих умовах.

Питанням вивчення та дослідження операційної діяльності підприємств туризму та готельного господарства присвячені наукові праці Іванова В. Й., Гопкала Л. М., Бойка М. Г., Капіноса Г. І., Жукової М., Стерлигова А. М. та ін. На сьогоднішній день існуючі наукові підходи не містять системного, комплексного аналізу операційної системи як елементу системи управління, що інтегрує та координує роботу підрозділів підприємств готельного бізнесу. Все це потребує науково обґрунтованого підходу до визначення характерних особливостей та формування моделі якісної операційної системи при виробництві та наданні послуг .

Як підтверджують дані Головного управління статистики у Львівській області кількість колективних засобів розміщування за 2011–2014 рр. носить позитивну динаміку (табл.1.).

Таблиця 1
Колективні засоби розміщення [3]

Роки	Кількість КЗР, одиниць		Кількість місць, одиниць		Кількість розміщень, осіб	
	усього	у тому числі		усього	у тому числі	
		юридичні особи	фізичні особи-підприємці		юридичні особи	фізичні особи-підприємці
2011	317	218	99	30295	27808	2487
2012	325	216	109	31555	28610	2945
2013	342	206	136	32003	28395	3608
2014	340	212	128	36283	32746	3537
					627246	569075
					680744	617799
					717829	637082
					620007	541916
						78091

Сучасні вимоги до проживання диктуються споживачами готельних послуг в основі яких лежить якість та задоволення від проживання і харчування.

Апріорі, відомо, що операційні цикли підприємств готельного бізнесу структуруються у відповідності до типу послуг які надаються підприємством. Будь-яка операційна система повинна містити ряд релевантних рівнів контролю за виробництвом та наданням послуг. Враховуючи, що операційна система підприємств готельного госпо-

дарства має специфіку щодо операційного ресурсу та операційного продукту (потенційний клієнт-вироблене та надана послуга), весь процес операційної діяльності повинен формуватися на сучасних принципах: «5M» (персоналом (MEN), обладнанням (MACHINE), матеріалами (MATERIAL), методам (METHOD) і навколошнім середовищем, мікрокліматом (MILIEU) [5], «Just in time», 5S (система, яка використовується в умовах обмеженості ресурсів, дозволяє підвищити ефективність операційної зони), принцип пріоритетності (термін-якість-надійність). Операційна система складається з трьох підсистем: переробної (виконує продуктивну роботу, безпосередньо зв'язану з перетворенням вхідних величин у вихідні результати); забезпечення (не зв'язана безпосередньо з виробництвом вихіду, але виконує необхідні функції забезпечення переробної підсистеми); планування і контролю (одержує інформацію з зовнішнього та внутрішнього середовища про стан переробної підсистеми та підсистеми забезпечення, обробляє цю інформацію і видає рішення про те, як повинна працювати переробна підсистема) [2]. На сьогоднішній день підприємства готельного бізнесу все частіше для утримання конкурентних переваг розширяють спектр додаткових послуг, а відтак, повинна змінюватися операційна система у відповідності до асортиментного переліку послуг. Це потребує створення системи контролю не тільки на вході, але і встановлення проміжних точок. Така система контролю за операційною діяльністю не може бути сталою довгий період часу, однак в її основі повинні бути статичні складові (рис. 1.)

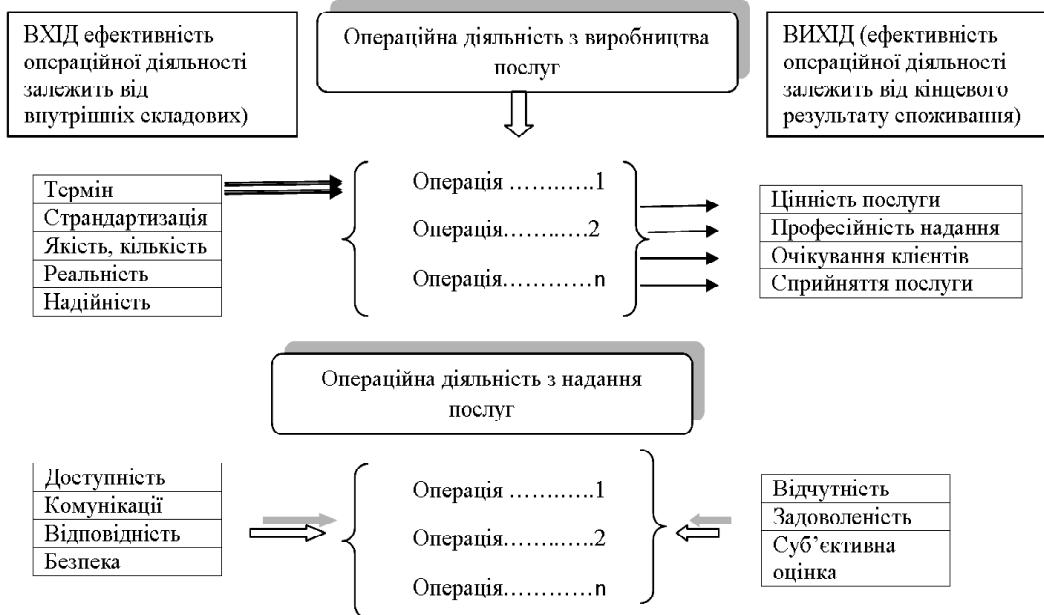


Рис. 1. Статичні характеристики контролю операційної діяльності з виробництва та надання послуг

Окремою проблемою операційної діяльності при виробництві та наданні послуг є встановлення точок контролю. На нашу думку, рівні контролю повинні об'єднувати певну кількість операцій, які виконуються послідовно. Зрозуміло, що для кожного підприємства готельного бізнесу такі схеми контролю операційної діяльності будуть відрізнятися в залежності від циклічності, кількість послуг та потужності операційної системи не просто в цілому, а за підрозділами основної діяльності.

На відміну від інших підприємств сфери послуг, готельні підприємства не можуть визначати контрольні рівні на основі сегментації споживачів і диференціації їх потреб

[4]. Механізм контролю якості операційної діяльності повинен визначати типи розривів (відхилень), які в першу чергу впливають на якість готельних послуг та взаємовідносини з потенційними споживачами. Для формування раціональної моделі якості операційної діяльності підприємств готельного господарства необхідно, в першу чергу, визначити можливі розриви по всьому операційному циклу виробництва та надання послуг. На нашу думку їх є декілька (рис. 2).

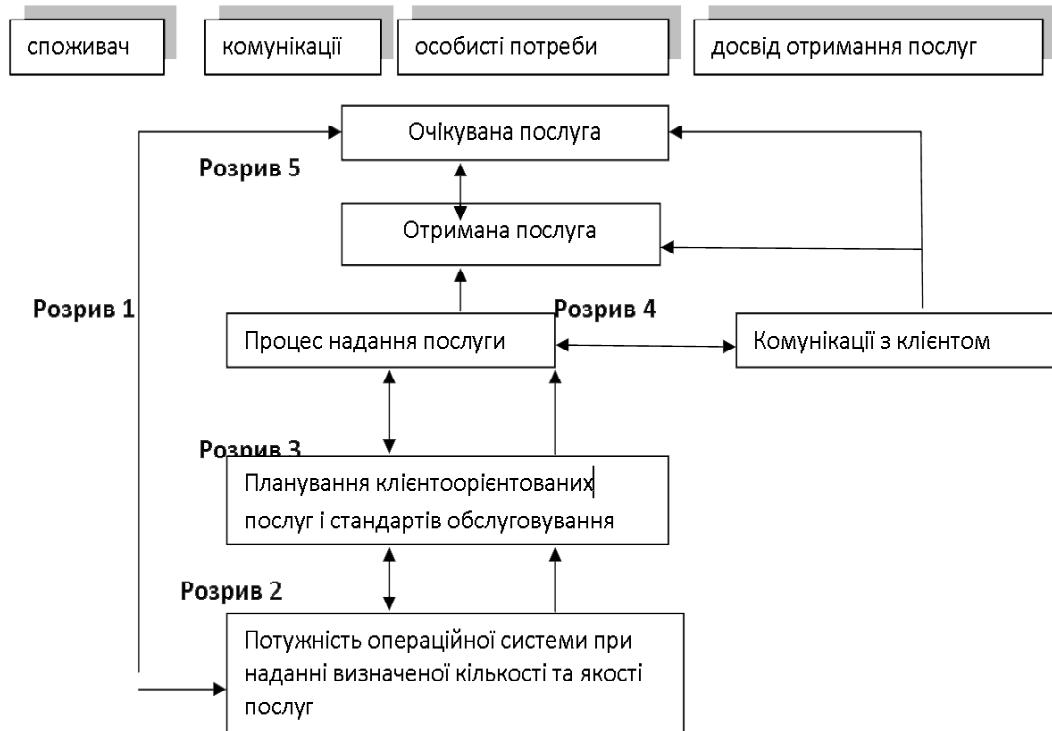


Рис. 2. Механізм контролю якості операційної діяльності

Вчасне виявлення невідповідності, або так званого розриву в операційному процесі виробництва та надання послуг страхує від настання події ризику неефективного використання операційних потужностей готелю. Основними розривами можуть бути [1]:

1. Розрив між очікуваннями споживачів готельних послуг і їх сприйняттям керівництвом готелю. Цей розрив в операційній діяльності по виробництву і наданню послуг виникає тоді, коли керівництво неадекватно сприймає очікування споживача певної якості послуги. Основними причинами можуть бути:

- відсутність маркетингових досліджень та недостовірний аналіз споживчого попиту на послуги;
- не врахування інформації про очікування споживачів;
- відсутність аналізу вже виявлених розривів в процесі надання послуг, ігнорування проблем потужності операційної системи.

2. Розрив між сприйняттям керівництвом готелю споживчих очікування цінності послуги і трансформацією цього сприйняття в специфікації якості послуг (процес реалізації системи якості операційної діяльності готелю). Причинами можуть бути:

- відсутність загальних чи внутрішніх стандартів якості на послуги готелю;
- недостатнє врахування вимог та побажань споживачів до послуг, які надаються готелем при плануванні операційного процесу надання послуг;
- невідповідна обстановка для надання готельних послуг.

3. Розрив між стандартами та специфікаціями готельних послуг і якістю послуг що надаються. Причинами можуть бути:

- упущення постулатів стандартів якості в операційній діяльності готелю;
- працівники готелю не дотримуються системи якості готелю;
- операційні потужності готелю не дозволяють виконувати встановлені стандартами якості послуги;

4. Розрив між якістю послуг що надаються готелем і зовнішньою інформацією. Основною причиною цього виду розриву є невідповідність між задекларованою готелем якістю послуг і реальними операційними можливостями готелю надавати такі послуги. Ця невідповідність є результатом ігнорування бізнес-процесів операційної діяльності готелю, особливостей підготовки персоналу, наявних сучасних систем та технологій інформаційного поля готелю.

5. Розрив між очікуваннями споживачів і їх сприйняттям отриманих послуг виникає лише тоді, коли в операційній діяльності готелю присутній бодай один із розривів описаних вище.

Всі розриви в операційній діяльності готельних підприємств повинні усуватися у відповідності до внутрішніх стандартів та загальноприйнятої документації щодо якості надання готельних послуг та розробленому механізмі виявлення та усунення вузьких місць за кожним підрозділом готелю. Okрім цього, на нашу думку, необхідно формувати картки потоку створення цінності готельної послуги, що дозволить визначити чіткі рівні та критерії контролю операційної системи готелю.

Література

1. Забезпечення збалансованості функціонування операційної системи промислового підприємства [Текст] / О. В. Декалюк / Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління». — К. : ІВЦ «Політехніка», 2011. — С. 417–419.
2. Омеляненко Т. В. Операційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Т. В. Омеляненко. — К. : Київ. нац. екон. ун-т, 2009. — 478 с. — ISBN 978-966-7112-48-7.
3. Офіційний сайт головного управління статистики у Львівській області [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.lv.ukrstat.gov.ua.
4. Проектування операційної системи як основа успішності функціонування роздрібних торговельних підприємств [Текст] / Н. В. Микитенко / Збірник матеріалів І міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні проблеми управління». — К. : Політехніка, 2011. — С. 428–429.
5. Трут О. О. Операційний менеджмент [Текст] : підруч. / О. О. Трут. — К. : Академвидав, 2013. — 348 с. — ISBN 978-966-7821-31-5.

Батьковець Н. О.

ОСОБЕННОСТИ ОПЕРАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

В статье рассматриваются теоретические и организационные проблемы операционного менеджмента на предприятиях гостиничной индустрии. Обоснованы теоретические основы операционной деятельности предприятий гостиничного бизнеса, освещены особенности операционных систем и процессов, обусловленных отраслевой спецификой туристической сферы. Рассмотрены вопросы уровня и методов контроля осуществления операционной деятельности в гостиничном бизнесе.

Ключевые слова: операционный менеджмент, операционная функция, операционная система, операционная процесс, операция, операционная стратегия, операционный цикл.

Batkovets N. O.

FEATURES OPERATING ACTIVITIES ENTERPRISES HOTELS

In the article theoretical and organizational problems of operations management at the enterprises of the hotel industry. Theoretical foundations operating hotel businesses, the peculiarities of operating systems and processes due to industry-specific tourism industry. Questions levels and methods of monitoring the implementation of operations in the hospitality industry.

Keywords: operations management, operational function, operating system, operating process, operation, operating strategy, operational cycle.

Розділ 2.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

УДК 338.487:338.448

*Самодай Валентина Петрівна, к. е. н., доцент,
Жбанова Юлія Володимирівна, студентка
Навчально-науковий інститут фізичної культури
Сумського державного педагогічного
університету ім. А. С. Макаренка,*

**ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ ПІДВИЩЕННЯ
ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Активізується питання побудови стратегічної перспективи розвитку туристичних підприємств на основі підвищення якості надання туристичних послуг. Уточнюється сутність понять туристична послуга, якість та формування стратегії розвитку.

Ключові слова: туристична послуга, якість, туристичне підприємство, стратегія, туристичний продукт, туризм.

На сучасному етапі розвитку в туризмі спостерігається тенденція, при якій такий показник як якість відіграє одну з головних позицій в управлінні виробництвом туристичних послуг. За кордоном, у розвинутих країнах управлінню якості на підприємстві приділяється особлива увага. Усі підрозділи підприємства, що впливають на якість туристичних послуг, несуть суттєву відповідальність за оптимальність роботи всієї структури.

Загалом туризм виконує важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем: покращується рівень життя населення, з'являються нові робочі місця та підвищується інвестиційна привабливість та конкурентоспроможність регіонів. Головною стратегічною метою розвитку туризму є формування конкурентоздатної туристично-рекреаційної галузі як одного із пріоритетних напрямів економіки, що забезпечить, з одного боку, попит споживачів (як внутрішніх, так і зарубіжних) на задоволення своїх потреб в туристично-рекреаційних послугах, а з іншого — збільшить внесок у соціально-економічний розвиток за рахунок поповнення прибуткової частини бюджету.

Ефективність функціонування підприємства на ринку туристичних послуг залежить від результатів управління якістю. Багато компаній намагаються детально спланувати процес дієвості управління якістю. Проте, незважаючи на теоретичні дослідження різних аспектів процесу розробки стратегій, виникає необхідність більш детально дослідити стратегію розвитку туристичної галузі.

Мета статті — визначити сутність туристичної послуги та роль якості в формуванні стратегії туристичних підприємств.

Перш за все виникає необхідність розкрити сутність туристичної послуги та її значення для формування стратегії якості. Провідні науковці по різному трактують визначення туристичної послуги (табл. 1.). Так, Любіщева О. прийшла до висновку, що туристична послуга — це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах

якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні [10]. Відповідно Мальська М. П., Худо В. В. [7] вбачають в туристичній послугі результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню потреб туристів. Дурович А. П. в свою чергу говорить, що попит на туристичну послугу надзвичайно еластичний по відношенню до рівня доходу і цін [4, с. 217]. В науковій літературі часто під туристичними послугами розуміють послуги з перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування.

Таблиця 1
Сутність туристичної послуги

Науковці	Сутність туристичної послуги
Біржаков М. Б.	Туристична послуга — це сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, яка орієнтована на забезпечення і задоволення потреб туриста і екскурсанта, що відповідає цілям туризму, характеру та спрямованості туристичної послуги, туру і не суперечить загальнолюдським принципам моралі і доброго порядку [2, с. 58]
Гаворецькі В.	Туристична послуга — це усяка діяльність, спрямована на задоволення матеріальних та нематеріальних (духовних) потреб туристів [10]
Дурович А. П.	Попит на туристичні послуги надзвичайно еластичний по відношенню до рівня доходу і цін [4, с. 217]
Квартальний В. А.	Природа туристичних послуг створює особливу специфіку відносин постачальника і споживача [6]
Кіптенко В. К.	Туристична послуга — це певні економічні блага [10]
Скрипко Т. О.	Туристична послуга як комплекс дій суб'єктів туристичної галузі, спрямованих на задоволення потреб споживача (туриста) [10]
Мальська М. П., Худо В. В.	Туристична послуга — результат діяльності туристичного підприємства щодо задоволення відповідних потреб туристів [7]

Виходячи із неоднозначності розуміння туристичної послуги провідними науковцями туризму, доцільно подати авторське бачення туристичної послуги.

Туристична послуга — це результат діяльності туристичного підприємства, що є виробником туристичної послуги, щодо задоволення потреб туристів. Робота туристичного підприємства полягає як в організації всієї подорожі, так і в організації окремих послуг.

Враховуючи сучасні вимоги споживача до туристичної послуги велике значення має така категорія як якість, що підвищує попит на туристичний продукт в цілому, який є комплексом туристичних послуг, що поєднує не менше ніж дві туристичні послуги.

Перш ніж дослідити якість туристичної послуги доцільно розглянути саме поняття якості. Якість — як економічна категорія, відбуває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють ступінь її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення. Науковці неоднозначно підходять до сутності якості (табл. 2).

Якість туристичних послуг, що включає інноваційні впровадження, технічний рівень надання, відсутність недоліків та зауважень при реалізації є одним з пріоритетних засобів боротьби з конкурентами, завоювання ніш та утримання позицій на ринку. Виходячи із цього підприємства повинні приділяти особливе значення питанню досягнення високої і стабільної якості туристичних послуг. Для цього необхідно установити контроль на всіх етапах створення туристичного продукту, виходячи із контролю якості ресурсів, що використовуються для формування послуги і закінчуєчи відповідністю випущеного туристичного продукту до визначених стандартів, беручи до уваги

Таблиця 2

Сутність якості

Науковці	Якість
Бауржан Тойшибеков	Ніщо не підвищує якості товару так, як кількість реклами.
Вальтер Швельбергр	Якість — все, але все без якості це ніщо.
Гренроос К.	Якість — це відчуття гостя. Автор зауважує, що менеджери вищої ланки повинні розуміти якість так само, як його розуміють клієнти. Визначає два аспекти якості: 1. Технічний аспект характеризує продукти виробництва — все, що отримує і споживає гость, є для нього надзвичайно важливим. 2. Функціональний аспект характеризує аспект і відбиває спосіб, яким гость отримує послугу. Сюди включається структура процесу обслуговування клієнтів. Саме дбайливе і уважне ставлення персоналу не зможе компенсувати погано організовану систему обслуговування.
Джуран Д. М.	Якість — це ступінь задоволення споживача (для реалізації якості виробник повинен з'ясувати вимоги споживача і зробити свою продукцію такою, щоб вона задовольняла ці вимоги) [10].
Девід Огілві	Правдива якість і якість у сприйнятті споживача далеко не одне й те саме [15].
Євген Чичваркін	Якість продукту і дистрибуція важливіші за бренд.
Петер Келлнер	Якість — це коли споживач отримує більше, ніж сподівається.
Сиріл Норткот Паркінсон	Перша мета — якість, а прибуток сам прийде.
Мальська М. П.	Якість — це те, про що багато говорять і чого дуже хочуть, але чому досить важко дати визначення. Завдання не в тому, щоб знайти визначення, а в тому, щоб в будь-якої конкретній ситуації клієнти, сервісні фірми і постачальники, кажучи про якість, мали на увазі одне і те ж [10].
Пузаков Е. П.	Розглядав якість, як економічну категорію, що визначає рівень виготовленої продукції та наданих послуг [8].

характеристики і параметричні дані не тільки в ході його дослідження, але й в процесі надання споживачу. Слід зазначити, що управління якістю туристичних послуг в ході технологічного процесу формування туристичного продукту повинно бути спрямовано не тільки на виявлення недоліків в готовій туристичній послузі, а також на перевірку якості цієї послуги в процесі виробництва та реалізації.

Покращення якісних властивостей туристичних послуг є показником соціально-економічного розвитку, так званим індикатором науково-технічного прогресу, фактором економії природних і трудових ресурсів, матеріальних затрат, суспільної праці, вагомим резервом ефективного виробництва послуг. Поліпшення якості туристичних послуг має соціальне значення в суспільстві, яке регламентується сприятливими умовами, що впливають на відтворення і розвиток духовних і фізичних здібностей кожного індивіда як частини продуктивної сили соціуму.

Формування ринкових відносин вимагає виробництва продукції і надання таких послуг, що відповідали б якісним характеристикам, які бажають споживачі. Цей напрям повинен стати для кожної господарської одиниці стратегічним напрямом ведення бізнесу.

Тривалий час науковці досліджують і аналізують стратегію як дієвий інструментарій для розв'язання проблем підприємств різних галузей економіки, вони хочуть одержати інструкцію на завтра, а також на довгострокову перспективу, для керування

процесами, що відбуваються в бізнесових структурах та навколо них. Розв'язання цих завдань потребує симбіозу теорії та практики, для цього створили стратегічний менеджмент (теорія включає концепцію стратегічного управління, а різні варіанти побудови системи стратегічного управління вирішує практика).

Сьогодення потребує експертів, які проявлять свої компетенції в сфері розробки стратегії, для вибору довгострокового напряму діяльності туристичного підприємства, тому що це складний процес аналізу існуючих альтернатив та формування оптимального варіанту стратегії діяльності, який передбачує найоптимальніший шлях розвитку господарської одиниці з подальшим його затвердженням керівниками туристичного підприємства. Стратегія для господарського суб'єкта в туризмі є досить актуальною, оскільки в умовах надзвичайної нестабільності на туристичному ринку необхідно визначити напрям та стилі роботи, методи досягнення запланованих завдань, виділити існуючі недоліки чи переваги від обраної форми діяльності та виявити перспективи варіативності прогнозу отримання можливих результатів.

Кожна вибрана стратегія розвитку підприємства має певні інструменти для досягнення результату. Більшість авторів під інструментами реалізації стратегії розуміють вибір найбільш оптимальних напрямів досягнення цілей, враховуючи позиції в навколошньому середовищі та виділення шляхів майбутнього зростання. Результатами реалізації стратегії можуть бути: досягнення цілей, оптимізація довгострокової норми прибутку, зміцнення позицій, задоволення потреб клієнтів, максимальна віддача від капіталовкладень, зміцнення конкурентних переваг на цільових ринках [5].

Для формування стратегії розвитку туризму необхідно дотримуватися спрямованості, конкретно визначати пріоритети для виділення перспективних заходів відповідно досягнення цілей і мети діяльності та вибрати дієві принципи формування стратегії розвитку (рис. 1).

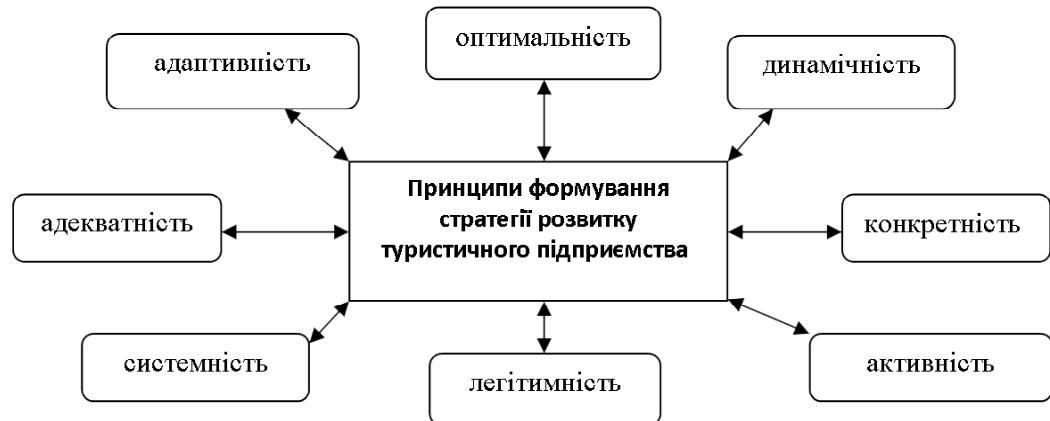


Рис. 1. Принципи стратегії розвитку

Такі принципи стратегії розвитку як адаптивність і динамічність набувають актуальності в сучасних політико-економічних умовах нашої держави. Не кожен споживач туристичного ринку відважиться відвідати країну з нестабільною ситуацією пов'язаною з воєнними діями. Виходячи з цього туристичні підприємства повинні використовувати всі аспекти адаптованості діяльності туристичної сфери і рухатись динамічно до досягнення комерційного успіху. Туристична індустрія вважається перспективним напрямом економіки будь-якої країни. Досягнення успіхів у цій сфері можливе лише з використанням стратегічного управління.

Багато науковців займалися стратегічним менеджментом в управлінській сфері. Але реально можна трактувати, що єдиного визначення стратегії не існує. В деякій мірі будь-яку стратегію доцільно вважати як певне спрощення, якому притаманне перекручування реальності. Але підприємство може досягти бажаних високих результатів, якщо керівництво фірми впевнено в діях, зумовлюваних сформованою стратегією. Найважливіше акумулювати та направити зусилля всіх членів колективу на розв'язання поставлених задач відповідно виконання місії та досягнення цілей організації, тобто реалізація усіх визначених завдань на підприємстві (табл. 3.).

Таблиця 3
Сутність визначення стратегії

Науковці	Стратегія
Ансоффа І.	Загальний, недеталізований план певної діяльності, який охоплює тривалий період, спосіб досягнення складної цілі. Виникнення стратегічного аналізу пов'язане із еволюцією поняття управління [1].
Борущак М.	Стратегія являє собою детальний всебічний комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей [3].
Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г.	Виникнення стратегічного аналізу пов'язане із еволюцією поняття управління [11].
Томсон А. А.	Стратегія проводиться з метою розвитку підприємства та ґрунтується на дослідженнях внутрішнього та зовнішнього середовища [12].
Порттер М. Е.	Стратегія — це взаємозв'язаний комплекс дій, які здійснює фірма для досягнення своїх цілей з урахуванням власного ресурсного потенціалу [6].
Немцов В. Д.	Стратегія як спосіб реакції на зовнішні можливості і загрози, внутрішні сильні і слабкі сторони [7].
Шершньова О. В.	Стратегія — це план, керівництво, орієнтир чи напрямок розвитку, шлях із сьогодення в майбутнє [9, с. 272].

Особливість якості обслуговування в туризмі — одна з серйозних проблем розвитку цієї галузі народного господарства. Якщо взяти до уваги міжнародний туристичний ринок, то якість обслуговування — найсильніший аргумент в конкурентній боротьбі. Споживачі туристичної послуги, яких влаштовує обслуговуванням в готелях, ресторанах закладах, екскурсійних бюро, туристичних комплексах конкретних країн, стають їх активною рекламию і пропагандують послугу іншим туристам. Вони часто відвідують уподобані місця, цим самим сприяючи збільшенню туристичних потоків, створюючи високий імідж певним вподобаним їм туристичним регіонам. Якість обслуговування споживачів в кінцевому результаті впливає на економічну ефективність туристичної індустрії в цілому.

Враховуючи високий рівень конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку більшість туристичних фірм стало впроваджувати в свою діяльність програми по комплексному обслуговуванню для клієнтів. Таким чином розширюється сфера попиту й пропозиції, за рахунок диференціації послуг. А туристичні фірми, спеціалізуючись на тій чи іншій формі програм, що відрізняються тематикою, технологією, мають можливість підвищити свою конкурентоздатність за рахунок збільшення кількості споживачів туристичної послуги.

Основою туристичної програми є лідируюча мета подорожі. Як показали дослідження, турист не вважає програму і надані послуги якісними (навіть програму найвищого ґатунку), якщо не досягнуто мети подорожі. Безумовно, до придбання туру клієнт

припускає, що гран-прі включає комплекс пізнавальних екскурсій, а в процесі одержання обслуговування виявилося: у фешенебельному курорті всі екскурсії можна придбати за додаткову плату, виходячи із умови набору мінімального кількості чоловік у екскурсійній групі. Турист незадоволений. При покупці туру, запропонована програма йому імпонувала і влаштувала, але — обслуговування неякісне. У цьому базовою основою формування програми обслуговування туристів повинні бути звички, смаки й індивідуальні побажання клієнтів.

Створення репутації високого рівня якості обслуговування туристів для туристичних підприємств є важливим і відповідальним. Цієї мети можливо досягти за рахунок створення ефективної стратегії розвитку та колективними професійними зусиллями працівників всіх служб підприємства туристичної індустрії. Дієвість постійного і ефективного контролю з боку управлінського корпусу, проведення роботи з оптимізації форм і методів обслуговування, дослідження і впровадження досвіду передових туристичних підприємств, застосування нової техніки й технології, збільшення кількості асортименту продукції і послуг, покращення якості надаваних послуг також відіграють лідеруючі позиції під час досягнення мети стратегічного управління туристичного підприємства.

Туристичні послуги повинні відповісти очікуванням споживачів, яким адресується послуга, а також забезпечувати зручності для туристів. Відповідно вимог до туристичних послуг і умов обслуговування, першочергове значення мають гостинність та професійні компетенції персоналу туристичної одиниці господарювання, точність надання послуги та її своєчасність виконання, комфорктність створена для гостя та комплексність послуги.

Підвищення якості — одна із форм конкурентної боротьби та завоювання ринкової ніші і відстоювання позицій на туристичному ринку. Найкращий рівень якості надання послуги для споживачів сприяє підвищенню попиту на неї і забезпечує високий прибуток не лише за рахунок обсягу продажів, а й за рахунок вищих цін. Оптимізації якості можна досягти за рахунок правильно визначених стратегічних перспектив розвитку туристичного підприємства.

Стратегія розглядається як модель, до якої необхідно наблизитись туристичному підприємству. Найчастіше в якості зразка беруть процвітачу фірму, аналізують її позитивні сторони господарювання та використовують ефективний досвід. Підбір дієвої стратегії аргументується достовірним аналізом усіх сторін економічної діяльності підприємства, перспективами функціонування туристичного ринку (деталізований моніторинг попиту і пропозиції), потенційних можливостей організації, ефективного функціонування бюджетно-податкової сфери держави, впливу політичних та господарських тенденцій на економіку підприємства. На сучасному етапі зазначені питання потребують подальших розвідок.

Література

1. *Ансофф И. Новая корпоративная стратегия* [Текст] / И. Ансофф. — СПб. : Питер, 2012. — 416 с.
2. *Биржаков М. Б. Введение в туризм* [Текст] / М. Б. Биржаков. Издание 5-е. — СПб. : Издательский дом Герда, 2012. — 58 с.
3. *Борущак М. Стратегия развития туристского региона: теория, методология, практика* [Текст] : моногр. / М. Борущак. — Минск : БГЭУ, 2013. — 166 с.
4. *Дурович А. П. Маркетинг в туризме* [Текст] : учебн. / А. П. Дурович. — Минск : Новоезнаніе, 2003. — С. 205–217.
5. *Кифяк В. Ф. Організація туризму* [Текст] : навч. посібн. / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги ХХI, 2008. — 344 с.
6. *Квартальний В. А. Туризм: теория и практика* [Текст] : підруч. / В. А. Квартальнов. — Москва : Фінанси і статистика, 2004. — 157 с.

-
7. Мальська М. П. Організація туристичного обслуговування [Текст] : підруч. / М. П. Мальська, В. В. Худо, Ю. С. Занько. — К. : Знання, 2011. — 275 с.
8. Пузакова Е. П. Международный туристический бизнес [Текст] / В. А. Честникова. — М. : Экспертное бюро, 2013. Ч 222 с.
9. Шершньова О. В. Методичні засади побудови стратегії розвитку туризму [Текст] / О. В. Шершньова // Університетські наукові записки. — Хмельницький : ХУУП, 2014. — № 3 (II). — С. 271–272.
10. Бібліотека українських підручників [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://libfree.com/turizmmizhnarodniy_turizm_i_sfера_poslug_mp.html

Самодай В. П., Жбанова Ю. В.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Активизируются вопросы построения стратегической перспективы развития туристических предприятий на основе повышения качества предоставления туристических услуг. Уточняется сущность понятий туристическая услуга, качество и формирование стратегии развития.

Ключевые слова: туристическая услуга, качество, туристическое предприятие, стратегия, туристический продукт, туризм

Samodaj V. P., Zhbanova U. V.

FEATURES OF THE STRATEGY TO IMPROVE THE QUALITY TOURIST SERVICES

Intensified issues of building the strategic prospects of tourism enterprises by improving the quality of tourist services. It clarifies the essence of the concepts of tourist services, the quality and the formation of the development strategy.

Keywords: tourist service quality, tourist enterprise, the strategy, the tourism product, tourism

УДК 338.48

Безручко Любомир Степанович, к. геогр. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

ПОНЯТТЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС ТА ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ

Проаналізовано підходи до визначення поняття рекреаційно-туристичний ресурс. Вивчено різноманітні класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів та виділено об'єкти які відносяться до різних видів туристичних ресурсів.

Ключові слова: рекреаційно-туристичний ресурс, природні ресурси, історико-культурні ресурси, соціально-економічні ресурси.

Постійне розширення різновидів туризму сприяє пошуку нових об'єктів та явищ, які можуть забезпечувати туристичні потреби. Сьогодні серед туристичних ресурсів виділяється широкий перелік об'єктів і тому постає питання їх вивчення та класифікації, що дозволить оптимізувати їх рекреаційне використання.

Питання визначення та класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів висвітлено у дослідженнях низки науковців, серед яких: І. Смаль, Н. Фоменко, О. Бейдик, І. Яковенко та інші [7; 9; 2; 10].

Дослідження різноманітних підходів до виділення поняття «рекреаційно-туристичний ресурс» вказує на існування трьох підходів:

— функціонального, який розглядається через здатність ресурсів задовольняти потреби людини (І. Смаль, П. Дефер, М. Мальська, В. Худо) [7; 11; 5];

— територіального, що полягає у територіальній локалізації рекреаційно-туристичних ресурсів (Н. Фоменко, М. Чабба, Х. Чабба) [9; 11];

— екологіко-економічного, який визначає рекреаційно-туристичний ресурс, як складову для формування туристичних послуг (С. Кузик, О. Любіцька, М. Мироненко, І. Твердохлєбов) [3; 4; 6].

Аналіз різноманітних підходів до визначення цього поняття дозволяє вказати, що рекреаційно-туристичні ресурси — це об'єкти та явища природного та антропогенного походження, які можуть задовольняти рекреаційно-туристичні потреби суспільства та є основою для формування туристичної послуги.

Важливою умовою достовірності дослідження рекреаційно-туристичних ресурсів є їх класифікація. Згідно проекту закону України «Про туристичні ресурси» класифікація туристичних ресурсів — це науково-методична процедура поділу туристичних об'єктів за характерними ознаками. За результатами цього поділу встановлюється їх клас та категорія [12].

Класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів здійснюється з метою групування інформації про них, визначення їх характеристик, оцінки можливостей їх використання, виділення блоків ресурсів, які придатні для конкретних видів туризму.

У зв'язку із різноманітністю ресурсів, які застосовуються у туризмі, сьогодні існує ряд підходів до класифікації рекреаційно-туристичних запасів. Порівняння основних підходів до класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів вказано у табл. 1.

Оригінальною є класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів, запропонована О. Бейдиком. Загалом автор виділив чотири складові рекреаційно-туристичних ресурсів: природно-географічні ресурси, природно-антропогенні ресурси, суспільно-історичні ресурси та суперточка-тур [2, с. 42]. Більш детально структура рекреаційно-туристичних ресурсів його класифікації представлена на рис. 1.

До природно-географічних ресурсів О. Бейдик відносить: геологічні, орографічні, ґрунтово-рослинні, фауністичні, водні, кліматичні та ландшафтні запаси.

Таблиця 1
Підходи до класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів

Ознака класифікації	Автор	Категорії (класи)
За значимістю (статусом)	Проект закону України «Про туристичні ресурси»	Міжнародного значення; Загальнодержавного значення; Регіонального значення; Місцевого значення.
За функціональною ознакою	Проект закону України «Про туристичні ресурси»	Масового туристичного споживання; Середньої пропускної здатності; Обмеженої пропускної здатності.
За технічною ознакою	Проект закону України «Про туристичні ресурси»	Найвищої комфортності; Середньої комфортності; Обмеженої комфортності.
За генетичною ознакою	Проект закону України «Про туристичні ресурси»	Природні; Історико-культурні; Соціально-економічні.
	I. Смаль	Природні; Технологічні; Суспільні; Подієві
За цільовим призначенням	I. Яковенко	Цільового призначення — багатоцільового і спеціалізовані; Супутнього використання
За технологією рекреаційного використання	I. Яковенко	Рекреаційно-лікувальні; Рекреаційно-оздоровчі; Рекреаційно-спортивні; Рекреаційно-пізнавальні.
За використанням компонентів середовища	I. Яковенко	Кліматичні, водні, бальнеологічні, грязеві і озокеритні, геоморфологічні, пляжні, флористичні і фауністичні, пейзажно-ландшафтні, пізнавально-природні, природно-антропогенні, історико-культурні



Рис. 1. Структура рекреаційно-туристичних ресурсів за О.Бейдиком [10]

До природно-антропогенних належать об'єкти природно заповідного фонду [2, с. 44–46].

Суспільно-історичні ресурси включають архітектурно-історичні, біосоціальні, пам'ятки, що фіксують життєві цикли видатних людей та пам'ятки різноманітних подій [2, с. 89–91].

Суперточка-тур — точкова територія, що поєднує унікальні природні та суспільні ресурси, займає домінуючу висоту і характеризується суттєвою соціально-історичною значимістю подій, що відбувались в її межах або в межах простору, який візуально сприймається з неї (наприклад, Урицькі скелі «Тустань») [2, с. 161].

До трансресурсних об'єктів автор відносить ті об'єкти, які можуть належати одночасно до різних видів рекреаційно-туристичних запасів. Вони поділяються на два види: 1) гомогенні — ресурси, які прослідковуються як на території України, так і у межах певної зарубіжної країни, де вони виникли (наприклад, німецькі військові поховання на території України); 2) парарекреаційні ресурси — об'єкти і явища, що мають певний пізнавально-рекреаційний потенціал, але не залучені до туристичної індустрії (це можуть бути зруйновані споруди) [2, с. 132–160].

Попри наявність різноманітних підходів до класифікації рекреаційно-туристичних ресурсів, традиційно виділяли дві складові, які, безперечно, є основою для здійснення рекреаційно-туристичної діяльності:

— природні рекреаційно-туристичні ресурси — це природні тіла, явища, процеси, елементи ландшафту, які знаходяться на певній території, можуть використовуватися для відпочинку та оздоровлення людини і стають основою для формування туристичних послуг;

— історико-культурні рекреаційно-туристичні ресурси — сукупність об'єктів матеріальної та духовної культури, що створені в процесі історичного розвитку суспільства на певній території, мають пізнавальну цінність і можуть бути використані для туристично-рекреаційної діяльності [3, с. 119].

Останнім часом до цих двох складових дослідники долучають складова соціально-економічних ресурсів. Вона охоплює матеріально-технічну базу, що забезпечує виробництво, продаж і надання рекреаційно-туристичних послуг, транспортну інфраструктуру, трудові ресурси [1].

Тому на сучасному етапі розвитку туризму доцільно вказувати на існування трьох типів рекреаційно-туристичних ресурсів: природних, історико-культурних та соціально-економічних.

До природних ресурсів відносяться:

- водні (включають всі водні об'єкти, а також бальнеологічні ресурси);
- геологічні та орографічні (пов'язані із земною поверхнею, в тому числі і печерами);
- рослинно-фауністичні — території зосередження рослинності та тваринних угрупувань;

- кліматичні — місця з придатними для відпочинку погодно-кліматичними характеристиками;

- ландшафтні — закономірне поєднання природних компонентів, яке завдяки своїм властивостям сприяє розвитку туризму;

- природоохоронні об'єкти — території, які включають найбільш цінні природні та штучно створені природні об'єкти та охороняються законом.

До історико-культурних ресурсів відносимо:

- пам'ятки археології — рештки життєдіяльності людини, які містяться під земною поверхнею та під водою і дають нам інформацію про культуру та побут минулих поколінь (кургани, давні городища, культові місця);

— пам'ятки історії — вид ресурсу, що об'єднує виділені О. Бейдиком подієві та біосоціальні ресурси та має на увазі місця і об'єкти, які пов'язані із історичними подіями та відомими людьми минулого;

— архітектурні — об'єднання історичних будівель, архітектурних комплексів та об'єктів містобудування, які можна використати для туризму;

— мистецькі — це твори професійних та народних умільців;

— культурно-етнографічні — специфічні риси певної частини народу, які проявляються, як у матеріальних так і духовних пам'ятках; сюди відносяться музеї етнографічного спрямування, збережений народний побут та традиції, речі, які відображають особливості певного етносу;

— сакральні — об'єкти, які мають релігійне призначення.

До соціально-економічних ресурсів відносимо:

— об'єкти соціально-економічного призначення, які безпосередньо формують туристичний продукт — промислові та військові об'єкти (промисловий туризм), сільсько-гospодарське господарство (агротуризм), ділові центри населених пунктів (діловий туризм);

— заклади розміщення та харчування — об'єкти туристичної інфраструктури, призначенні для ночівлі та харчування туристів (готелі, турбази, мотелів, кемпінги, ресторани, кафе-бари і ін.);

— транспортна інфраструктура — засоби переміщення, шляхи сполучення та дорожнє господарство, що застосовується для обслуговування туристів;

— допоміжна сфера — торгівля, банківська сфера, страхові агентства та ін.

— підприємства сфери туризму — туристичні фірми, профільні навчальні заклади;

— інформаційні — засоби обміну туристичною інформацією;

— трудові ресурси — людський ресурс, який зайнятий у сфері туризму і тому подібне.

Отже, сьогодні існує ряд класифікацій рекреаційно-туристичних ресурсів, які в основному ґрунтуються на генетичному принципі, серед таких підходів слід виокремити підходи О. Бейдика, І. Яковенко, С. Кузика та ін. Проте найбільш прийнятим є поділ рекреаційно-туристичних ресурсів на: природні, історико-культурні та соціально-економічні.

Література

1. Безручко Л. С. Методика оцінки туристичних історико-культурних ресурсів (на прикладі Турківського р-ну Львівської обл.) [Текст] : навч.-метод. посіб. / За ред. проф. Р. Я. Береста. — Львів, 2013. — 164 с.
2. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування [Текст] : моногр. / О. О. Бейдик. — К. : ВПЦ «Київ, ун-т», 2001. — 298 с.
3. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід [Текст]: моногр. / С. П. Кузик. — Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2010. — 254 с.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) 3-е вид., перероб. та доп. [Текст] / О. О. Любіцева. — К. : Альтерпрес, 2005. — 436 с.
5. Мальська М. П. Туристичний бізнес : теорія та практика [Текст] : навч. посіб. / М. П. Мальська, В. В. Худо. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 424 с.
6. Мироненко Н. С. Рекреаціонная география [Текст] / Н. С. Мироненко, И. Т. Твердохлебов. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1981. — 208 с.
7. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу [Текст] : навч. посіб. / І. В. Смаль. — Ніжин : Вид-во Ніжинського державного університету ім. М. Гоголя, 2010. — 336 с.
8. Страфійчук В. І. Рекреалогія [Текст] : навч. посіб. / В. І. Страфійчук. — К. : Альтерпрес, 2010. — 264 с.
9. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія [Текст] / Н. В. Фоменко. — К.: Центр навчальної літератури, 2007. — 312 с.

10. Яковенко І. М. Теоретико-методологічні основи рекреаційного природокористування (суспільно-географічне дослідження) [Текст] : автореф. дис. д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Ірина Михайлівна : [НАН України, Ін-т географії]. — К., 2004. — 32 с. : іл.
11. Матвійчук Л. Ю. Теоретичні основи типології та специфіки туристичних ресурсів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://archive.nbuvgov.ua/e-journals/eui/2011_1/11mlstr.pdf.
12. Проект Закону України «Про туристичні ресурси» [Електронний ресурс]. — Режим доступу :<http://www.tourism.gov.ua/ua/action/regulatory/projects/25180/25182>.

Безручко Л. С.

ПОНЯТИЕ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЕСУРС И ПОДХОДЫ К ИХ КЛАССИФИКАЦИИ

Проанализированы подходы к определению понятия рекреационно-туристический ресурс. Изучены разнообразные классификации рекреационно-туристических ресурсов и выделены объекты которые относятся к разным видам туристических ресурсов.

Ключевые слова: рекреационно-туристический ресурс, природные ресурсы, историко-культурные ресурсы, социально-экономические ресурсы.

Bezruchko L. S.

A CONCEPT RECREATIONAL-TOURIST RESOURCE AND GOING ARE NEAR THEIR CLASSIFICATION

Going is analysed near determination of concept recreational-tourist resource. Various classifications of recreational-tourist resources are studied and objects are distinguished that behave to the different types of tourist resources.

Keywords: recreational-tourist resource, natural resources, historical-cultural resources, socio-economic resources.

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

УДК339.922:338.486.1

*Бочан Ігор Омелянович, д. е. н., професор, ректор,
Львівський інститут економіки і туризму*

**ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ У ТУРИЗМІ:
ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО**

Проаналізовано суть інтеграційних процесів, зовнішні і внутрішні фактори впливу, кластери як інтегровану форму ефективного господарювання, застосування кластерного підходу у туристичній галузі. Досліджено інтегруючу роль туризму у позитивній динаміці світової економіки. Визначено публічно-правове партнерство як сучасну форму діяльності туристичних кластерів.

Ключові слова: інтеграція, інтеграційний процес, кластер, кластерний підхід у туризмі, публічно-приватне партнерство.

Процеси глобалізації, посилення інтернаціоналізації господарського життя, впровадження інновацій, прискорення науково-технічного прогресу, розвиток кооперування та конкуренції, пошук стратегічних конкурентних переваг активізували інтеграційні процеси розвитку сучасної економіки.

Інтеграційний процес — це розвиток, поглиблення, взаємодія між суб'єктами господарювання, послідовна зміна стану взаємозв'язків між підприємствами або видами діяльності, які інтегруються.

Інтеграція — це специфічний вид діяльності, що поєднує господарську, управлінську, підприємницьку та інші види діяльності. Вона є засобом зростання економічного потенціалу через об'єднання учасників для нарощування ресурсів, створення сприятливих умов діяльності, побудови закінчених технологічних циклів, зростання продуктивності праці, досягнення конкурентних переваг та синергетичного ефектів, суттєвого зниження трансакційних витрат з метою отримання економічних вигод та реагування на зміни зовнішнього середовища.

До зовнішніх факторів, що мають спонукальний вплив на інтеграційні процеси, слід віднести такі: глобалізаційні тенденції, концентрація виробництва, монополізація ринків, зростання конкуренції, ускладнення умов ведення бізнесу, недосконалість інформаційної взаємодії, низький рівень туристичної інфраструктури тощо.

До внутрішніх факторів, що обумовлюють інтеграційні процеси, слід віднести такі: збільшення витрат підприємств, зростання потреб у ресурсах, капіталізація вартості, необхідність удосконалення технологій виробництва, неефективний менеджмент, зростання вимог споживачів, залежність від органів влади, ділових партнерів, інформаційний дефіцит та інші.

Інтегрованими суб'єктами господарювання як на міжнародному, так і національних рівнях є кластери. Термін «кластер» впроваджено у науковий обіг М. Портером у середині 80-х років минулого століття.

Кластери є об'єктом дослідження у наукових розробках українських та зарубіжних авторів.

Серед типових визначень категорій кластера, на нашу думку, є такі:

- це територіально-галузеві об'єднання підприємницьких структур, які співпрацюють з науковими установами, ВНЗ, органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності учасників та економічного зростання регіону, краю;
- це стратегічно галузеве або географічне співробітництво бізнесу, науки та держави, що дозволяє досягти синергетичного ефекту та інші.

Кластерізація — це побудова нової економіки знань, формування інноваційної системи держави. Це організаційно-економічний феномен просторового розвитку підприємництва на взаємовигідній основі учасників об'єднання.

Застосування кластерного підходу є необхідною умовою для відродження вітчизняного виробництва та сфери сервісу, підвищення ефективності інноваційного розвитку регіонів, він дає швидше компаніям інформацію про переваги технологічні та зміни вигід покупців та споживачів, підвищуючи конкурентоспроможність рівня економічного розвитку.

Найважливішими учасниками кластерної інтеграції є науково-освітні заклади, вони забагачують підприємницькі фірми кластера новими ідеями, аналітичними матеріалами, і в зворотному напрямі вони отримують від бізнесу замовлення, експериментальну базу і фінансування для розвитку науково-дослідної та навчальної діяльності.

США, починаючи з 2010 року, в межах бюджету виділяють до 100 млрд. дол. на підтримку регіональних інноваційних кластерів та бізнес-інкубаторів. В межах кластерних об'єднань там працює більше половини всіх підприємств. У минулому році близько 400 американських кластерів забезпечили більш як 60 % ВВП країни. Стремко зростає в останнє десятиріччя інтерес до кластерів у країнах Європи. Україні слід врахувати, що вже всі країни Європи мають і здійснюють свої національні програми кластеризації.

В країнах ЄС нині налічується більше як 2 тис. кластерів, у яких працює понад 40 % працюючих [2].

Кластеризація економіки стала важливим механізмом розвитку і у наших найближчих європейських сусідів — Угорщині, Польщі, Чехії, Словаччині, що дозволило цим країнам значно підвищити свої рейтинги конкурентоспроможності та увійти до ТОП-30 найбільш конкурентоспроможних країн світу. За даними статистичних спостережень в Україні створено не більше 30 кластерів, з них не більше 10-ти у туризмі, а це дуже мало.

Еволюція розвитку інтеграційних процесів зумовила становлення нового технологічного способу виробництва, його науково-технологічне вдосконалення привело до зміни структури економіки.

Внаслідок, у розвинутих країнах приблизно три чверті працездатного населення працює у сфері послуг, а це — в освіті, науці, культурі, туристичній, готельно-ресторанній справі, охороні здоров'я, які безпосередньо слугують розвитку людини.

Вітчизняні та зарубіжні вчені Т. Ткаченко, М. Босовська, В. Фрейер, узагальнюючи систематику еволюції туризму, виділяють своєрідні фази з погляду на посилення інтеграційних тенденцій. Подаємо особливості п'ятої і шостої фаз.

В найбільш розвинутих економіках країн світу туристична галузь посідає одне з чільних місць за обсягами доходів, кількістю створених робочих місць, надходженнями до бюджетів.

За інформацією Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) за останні п'ять років щорічно міжнародний туристичний потік зростав на 3,8–5 %, що вище середньорічних темпів зростання світової економіки, які становили 2,2 %. За прогнозами ЮНВТО «Туризм: перспективи–2030» у 2030 році чисельність туристів у світі буде становити 1809 млн. чол., а надходження від туризму 1,9 трлн. дол. США.

Таблиця 1

Фази розвитку	Часовий період	Іманентні ознаки етапу	Передумови та особливості інтеграційних процесів
V ФАЗА ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	1990–2010 рр.	<ul style="list-style-type: none"> — Світова криза індустріального суспільства і перехід до постіндустріальної цивілізації; — налагодження зруйнованих господарських зв'язків та економічних відносин; формування інституту приватної власності та активний розвиток підприємництва у сфері туризму (Україна); — бурхливий розвиток інформаційних та інноваційних технологій; — екологічна та соціальна орієнтація економік, врахування впливу на навколошне середовище і суспільство; — зростання масштабів туристичної діяльності у світі; — подальше розширення інфраструктури туризму; — поглиблення спеціалізації туристичної пропозиції; — утворення складних інтегрованих суб'єктів туристичної діяльності, активізація інтеграційних процесів та міжнародних економічних зв'язків у галузі туризму 	<ul style="list-style-type: none"> — Прийняття міжнародних нормативних документів у сфері туризму: Глобальний етичний кодекс туриста (2001); — поява у структурі ВТО ряду регіональних організацій; — розроблення законодавчих актів та реалізація державних програм розвитку туризму в Україні; створення державних органів управління туризмом (Національна рада по туризму); — активізація нових форм організації спільної діяльності підприємств (субфранчайзинг, стратегічне партнерство, кластеризація); — подальша інтенсифікація географічної експансії; — інтенсивна консолідація суб'єктів туристичного бізнесу через операції зі злиття та поглинання; — зміна структури організацій туристичного та готельного бізнесу через розмежування права володіння об'єктами (готелями, готельними мережами) та управління ними; — поява на національному ринку міжнародних суб'єктів туристичної діяльності; — поява та розвиток національних туристичних, готельних, ресторанних, транспортних інтегрованих формувань
VI ФАЗА ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	Сучасний етап — перспектива	<ul style="list-style-type: none"> — Глобалізація економічних процесів та інтернаціоналізація ринків; — розмивання географічних та економічних меж діяльності; — зближення непрофільних активів та видів діяльності; — зростання інтенсивності конкуренції на ринках; — взаємозалежність усіх учасників ринку; — підйом сфери послуг та світового туристичного руху; — транснаціональний характер формування туристичної пропозиції; — диверсифікація діяльності туристичних підприємств; — використання глобальних інформаційних систем бронювання, збуту, комунікацій 	<ul style="list-style-type: none"> — Основним генератором формування глобального простору в сфері туризму є Всесвітня туристська організація — ЮНВТО; — активізація формування туристичних кластерів (стратегічного партнерства на рівні регіонів); — розширення сфери впливу та обсягів діяльності туристичних підприємств (інтегрованих, транснаціональних); — здійснення проектів публічно-приватного партнерства в туризмі; — поява інноваційних форм організації спільної діяльності підприємств (віртуальна корпорація, технопарк, технополіс, кодшерінг, бізнес-інкубатори); — укрупнення діючих корпорацій (нове будівництво, злиття, об'єднання, консолідування іноземних інвестицій, проникнення на ринки інших країн); — досягнення стійкості інтегрованих структур через створення оптимального бізнес-портфеля, збалансування діяльності, керованості, посилення зв'язків; — обґрутування необхідності дослідження інтеграційних процесів у контексті інноваційних теоретичних та методологічних підходів

Складено за: [3].

Подаємо динаміку та прогноз розвитку туризму у світі (табл. 2).

Таблиця 2
Динаміка та прогноз розвитку туризму у світі

Рік	Кількість прибуттів туристів у світі				Обсяг міжнародних надходжень від туризму			
	млн. чол.	% змін	базовий індекс зростання, разів	ланцюговий індекс зростання, разів	млрд. дол. США	% змін	базовий індекс зростання, разів	ланцюговий індекс зростання, разів
1950	25,3	100			2,1	100		
1960	69,3	273,9	2,74	2,74	6,9	328,6	3,29	3,29
1965	112,9	162,9	4,46	1,63	11,6	168,1	5,52	1,68
1970	165,8	146,9	6,55	1,47	17,9	154,3	8,52	1,54
1975	222,3	134,1	8,79	1,34	40,7	277,4	19,38	2,27
1980	278,2	125,1	11,00	1,25	106,5	261,7	50,71	2,62
1985	320,2	115,1	12,66	1,15	120,8	113,4	57,52	1,13
1990	441	137,7	17,43	1,38	273,7	226,2	130,10	2,26
1995	538,1	122,0	21,27	1,22	411,3	150,5	195,86	1,51
2000	680,6	126,5	26,90	1,26	479,2	116,5	228,19	1,17
2003	694	102,0	27,43	1,02	514,0	107,3	244,76	1,07
2004	763,2	110,0	30,17	1,10	622,7	121,1	296,52	1,21
2005	808	105,9	31,94	1,06	680	109,2	323,81	1,09
2010	940	116,3	37,15	1,16	927	136,5	441,90	1,36
2011	995	105,9	39,33	1,06	1042	112,3	496,19	1,12
2012	1035	104,0	40,91	1,04	1078	103,5	513,33	1,03
2013	1087	105,0	42,96	1,05	1159	107,5	551,90	1,07
2014 (прогноз)	1136	104,5	44,90	1,05	1202	104,5	572,28	1,05
2020 (прогноз)	1360	119,7	53,75	1,19	1560	129,8	742,86	1,30
2030 (прогноз)	1809	133,1	71,50	1,33	1900	121,8	904,76	1,22

Складено за: [4].

Обсяг та інтенсивність туристичних потоків як у світі, так і в розрізі окремих регіонів світу згідно з сегментацією ЮНВТО за минулі роки і на перспективу буде змінюватися. Подаємо динаміку та прогноз розвитку туризму за регіонами світу за 1990–2030 рр., млн. чол.

Туризм відіграє інтегруючу роль у забезпеченні позитивної динаміки кількісних і якісних параметрів світової економіки, він є каталізатором розвитку більше 50-ти секторів та видів економічної діяльності (транспорту, будівництва, торгівлі, виробництва товарів народного господарства), а також у формуванні мультиплікаторів покращення основних макроекономічних показників.

Пріоритетами формування туристичних кластерів є створення унікального туристичного продукту, розвиток регіональної туристичної інфраструктури, туристичного іміджу, отримання бізнес-проектів з місцевих та державних бюджетів, міжнародних фондів.

Таблиця 3
Динаміка та прогноз розвитку туризму за регіонами світу за 1990–2030 pp., млн. чол.

	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011	2012	2013	Прогноз 2020	Прогноз 2030
Світ	434	528,0	677,0	807	883,0	948	983,0	1035	1087	1360	1809
Розвинені країни	296,0	334,0	417,0	455,0	475,0	499,0	523,0	551	581	643	772
Країни, що розвиваються	139,0	193,0	256,0	344,0	408,0	441,0	460,0	484	506	717	1037
Європа	261,5	304,0	385,0	440,7	461,7	474,8	504,0	534,4	536,4	620	744
Азія і Тихоокеанський регіон	55,8	82,0	110,1	153,6	181,1	204,4	217,0	233,5	248,1	355	535
Америка	92,8	109,0	129,3	133,3	141,7	150,7	156,6	162,7	167,9	199	248
Африка	14,8	18,8	26,2	34,8	45,9	49,7	50,2	52,9	55,8	85	134
Близький Схід	9,6	13,7	24,1	36,3	52,8	60,3	55,4	51,7	51,6	101	149

Складено за: [4].

Туристичний кластер — це об'єднання на добровільних засадах зацікавлених у спільній діяльності суб'єктів туристичної діяльності: туристичних операторів, туристичних агентів, підприємств готельного та ресторанного господарств, розважальних, торговельних, спортивно-рекреаційних, транспортних, екскурсійних організацій, фінансових організацій, науково-дослідних та освітніх установ, органів місцевої влади, які співпрацюють на засадах стратегічного партнерства і здатні позиціонувати себе як окремий суб'єкт господарювання.

В сучасних умовах ефективної діяльності туристичних кластерів є розвиток публічно-приватного партнерства.

Публічно-приватне партнерство (ППП) позиціонується як співпраця публічного сектору (розумій всі рівні державного управління — національного, регіонального та муніципального, громадських установ) та бізнесу, як сукупність кооперації та бізнесу з метою забезпечення фінансування, високої ефективності діяльності, інноваційного розвитку, використання інфраструктури та надання якісних послуг.

Світовий банк визначив публічно-приватне партнерство, як угоду між публічною і приватною сторонами з приводу виробництва і надання інфраструктурних послуг, укладених з метою залучення додаткових інвестицій і підвищення ефективності бюджетного фінансування. [1]

Досвід наших сусідів, Молдови, Польщі, Прибалтійських країн та інших, підтверджує, що саме ця форма діяльності ППП є найефективнішою у забезпеченні ефективності і стійкості туризму.

В Україні вже закладено відповідну нормативно-правову основу для такої співпраці Законом України «Про державно-приватне партнерство», прийнятим у 2010 році. Є вже невеличка практика реалізації деяких проектів ППП у розбудові туристичної інфраструктури (спортивні, транспортні, готельно-ресторанні об'єкти) до проведення Чемпіонату Європи з футболу у 2012 році, але такого прикладу є дуже мало.

Проте є багато проблем, які обмежують таку інтегруючу галузеву та міжгалузеву діяльність, серед найголовніших такі:

- недовіра влади до бізнесу, а бізнесу до влади;
- відсутність концепції розвитку ППП у туризмі;

- недостатньо автономних прав у наукових установах, ВНЗ, щодо участі у таких об'єднаннях та їх гарантійних підстав для інвестування наукових досліджень, підготовки кадрів, тому що їх майно державне (оперативне володіння власності ніхто не розуміє і не визнає за кордоном) не може виконувати функції іпотеки;
- висока корумпованість державних інституцій та процедур створення таких партнерів, непрозора податкова система;
- недостатність національного та запозичення закордонного досвіду діяльності ППП та культури співробітництва, небажання швидко запроваджувати цей досвід співпраці бізнесу і влади;
- неготовність інвестувати у довгострокові проекти, недостатня регіональна активність в ініціюванні та виконанні проектів.

У період ринкової трансформації, коли громадянське суспільство, ще не сформувало своїх соціальних інститутів та ефективної дії ринкових механізмів, держава повинна взяти на себе те, на що неспроможний ринок.

Література

1. *Бочан І. О. Міжнародна економіка* [Текст] : навч. посіб. / І. О. Бочан, В. Г. Поплавський, М. М. Бігус. — Львів : Укр. акад. друкарства, 2012. — 302 с.
2. *Оскольський В. В. Кластеризація — вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України* [Текст] // Економіка України, № 11. — 2014. — С. 7.
3. *Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі* [Текст] : моногр. — К., 2015. — С. 76–77.
4. Доклад Генерального секретаря ЮНВТО для Європи (4 априля 2014 г., Мадрид–Баку) [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу: WWW. URL. : http://dxttq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/item_3_russian_0.pdf.

Бочан І. О.

ИНТЕГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КЛАСТЕРИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ: ПУБЛИЧНО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Проанализирована суть интеграционных процессов, внешние и внутренние факторы влияния, кластеры как интегрированную форму эффективного ведения хозяйства, применения кластерного подхода, в туристической отрасли. Исследовано интегрирующую роль туризма в позитивной динамике мировой экономики. Определено публично-правовое партнерство как современную форму деятельности туристических кластеров.

Ключевые слова: интеграция, интеграционный процесс, кластер, кластерный подход, в туризме, публично частное партнерство.

Bochan I. O.

INTEGRATION PROCESSES OF CLUSTERING IN TOURISM: PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP

The essence of integration processes, external and internal factors of influence, clusters as an integrated form of an effective management, application of the cluster approach in tourism are analyzed. The integrating role of tourism in the positive dynamics of the global economy is researched. Public-legal partnership as a modern form of tourism clusters activity is defined.

Keywords: integration, integration process, cluster; cluster approach in tourism, public-private partnership.

УДК 338.48.008.8.658.3

*Дідович Іван Іванович, к. е. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму*

ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПАРТНЕРСЬКИХ СТОСУНКІВ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

У статті розглянуто перспективи використання потенціалу партнерських стосунків у сфері міжнародного туризму. Проаналізовано підходи до тлумачення партнерських відносин, окреслено можливості використання партнерського потенціалу у сфері міжнародного туризму.

Ключові слова: потенціал, партнерські стосунки, міжнародний туризм.

Туристичний бізнес в сучасних умовах розвитку суспільства є потужним соціальним та політичним явищем, що суттєво впливає на економіку окремих країн та цілих регіонів. Для реалізації завдань оцінки та використання як наявного потенціалу підприємства, так і реалізованого чи нереалізованого, особливо у сфері міжнародного туризму, учасники туристичного ринку проводять пошук, діагностику ресурсів та резервів, які здатні дозволити більш ефективно використовувати увесь потенціал.

Проблеми розвитку туризму досліджували у своїх працях наступні вчені: Азар В. І., Александрова А. Ю., Ананьев М. А., Балабанов І. Т., Бочан І. О., Гайдук А. Б., Гринів Л. С., Дурович А. П., Жук П. В., Зорін І. В., Каверін Г. П., Квартальнов В. А., Козирев В. М., Крачило М. П., Незгода А., Папірян Г. А., Сенін В. С., Школа І. М. та ін. Процес оцінювання інноваційного потенціалу та інноваційної діяльності підприємств розглядався в працях Гречана А. П., Краснокутської Н. В., Гудзинського А. О., Аренкова І. А., Плотнікова А. Н., Бородіна В. А., Кудінова С. В., Михайліченко Г. І., Тітова В. В., Турило А. М., Чухрай Н. І. та ін.

Формування та використання партнерських відносин відображені у працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких: Л. М. Шульгіна, Г. Г. Савіна, С. Ю. Цьохла, О. А. Сарапіна, В. К. Євдокименко, О. О. Любіцева, А. С. Татаринцева, В. І. Цибух, І. В. Бутирська, В. Ф. Кифяк, В. К. Квартальнова, М. П. Мальська, В. І. Азар, А. Ю. Александрова, М. А. Ананьева, М. Б. Біржаков, Л. А. Волкова, Я. Х. Гордон, А. Б. Гайдук, М. І. Кабушкін, Т. Амблер, П. Друкер, Ф. Котлер, С. Карделл, Р. Уолес, Б. Гарретт, П. Дюссож, Е. Альткорн, Е. Кембелл, Л. Саммерс, Ж.-Ж. Ламбен, П. Доль, М. Порттер.

Разом з тим у роботах вищезазначених науковців недостатньо уваги приділено проблемам та перспективам використання потенціалу партнерських стосунків у сфері міжнародного туризму

Цілі статті — загальний аналіз та систематизація основних напрямів використання потенціалу партнерських стосунків у сфері міжнародного туризму.

У економічному енциклопедичному словнику партнерство розглядається як організаційно-правова форма підприємства, за якої дві або більше осіб об'єднують своє майно, стають співласниками створеного підприємства, спільно управляють виробництвом і власністю, розподіляють прибуток і відповідають за своїми зобов'язаннями [6, с. 65]

Партнерство є новітнім підходом до управління господарською діяльністю, адже партнери завжди прагнуть максимально ефективно використовувати потенціал процесу створення цінності, поєднуючи ресурси і активи, що дозволяє підвищити їх результативність, стійкість до непередбачуваних змін, що постійно відбуваються на ринку. Партнерство, як сучасний підхід до управління в туризмі, допомагає ефективно поєднувати специфічні функції і дії окремих суб'єктів в процесі створення комплексних турис-

тических продуктів, що можуть максимально задовольняти потреби споживачів і, тим самим, створювати умови для підвищення рівня ефективності туристичної діяльності.

Крім того, партнерство формує такі відносини, які в свою чергу можуть розглядається як сукупність різних видів відносин на добровільних договірних засадах з приводу здійснення певної діяльності на основі об'єднання чи розподілу ресурсів, відповідальності і ризиків з метою захищення та зміцнення конкурентних позицій на ринку і забезпечення позитивного результату діяльності [4].

Серед основних підходів що до тлумачення партнерських відносин, спостерігаються спільні риси, такі як добровільний та договірний характер відносин, спільна мета діяльності, спільність інтересів, об'єднання ресурсної бази, відповідальності та ризиків. Відповідно до вище зазначеного, партнерські відносини доцільно розглядати як сукупність різних видів відносин на добровільних договірних засадах з приводу здійснення певної діяльності на основі об'єднання чи розподілу ресурсів, відповідальності і ризиків з метою захищення та зміцнення конкурентних позицій на ринку і забезпечення позитивного результату діяльності. З'ясувавши сутність поняття «партнерські відносини», стає очевидною відмінність даної категорії від поняття «партнерство», оскільки «партнерські відносини» виступають певним уточнюючим та конкретизуючим елементом попереднього поняття [6].

За результатами дослідження Шукліна В. В. [7] обґрунтовано концептуальну модель формування партнерських відносин між туристичними підприємствами (рис. 1), яку можна використати у сфері міжнародного туризму (у якості туристичного підприємства А приймається вітчизняний суб'єкт, а у якості туристичного підприємства В — іноземний).

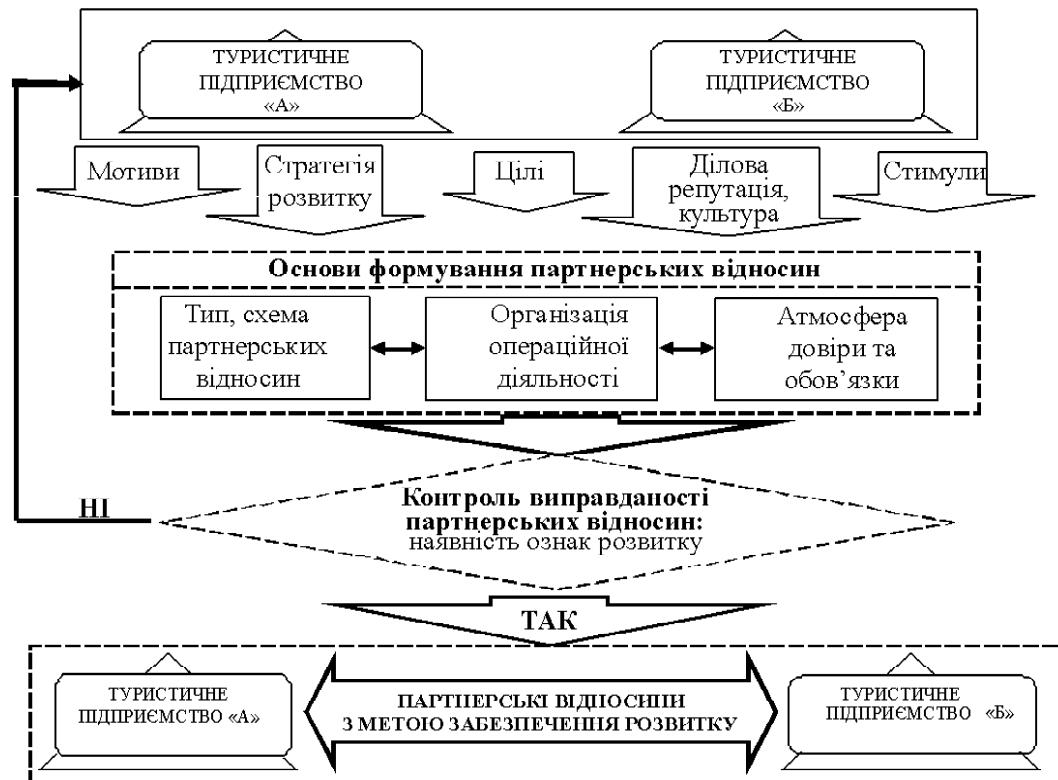


Рис. 1. Концептуальна модель формування партнерських відносин між туристичними підприємствами з метою забезпечення їх розвитку [7]

Впровадження на практиці даної моделі дозволяє встановити доцільність формування партнерських відносин на основі одержання додаткових можливостей для розвитку двох сторін.

Важливу роль у діяльності любого підприємства відіграє потенціал — сукупність ресурсів, які визначають його можливості здійснювати у майбутньому виробництво товарів і послуг, одержувати доходи і прибуток. Системний аналіз складових потенціалу включає такі елементи: оцінювані показники і методику їх розрахунків; критерії оцінювання рівня інноваційного потенціалу за кожною його складовою; форми реалізації та об'єкт впливу; порядок ухвалення управлінських рішень, спрямованих на розвиток певної складової інноваційного потенціалу. Як зазначено у дослідженні Михайліченко Г. І. [5] більшість науковців погоджуються, що двовимірна модель механізму управління інноваційним потенціалом цілком придатна для оцінки ресурсів розвитку, але на її думку дану методику можна структурно вдосконалити, створивши тривимірний простір, який дозволяє формалізувати ступінь «інноваційної зрілості» підприємства та інтегрувати оцінку потенціалу підприємства з можливостями досягнення максимального результату від його реалізації (рис. 2).

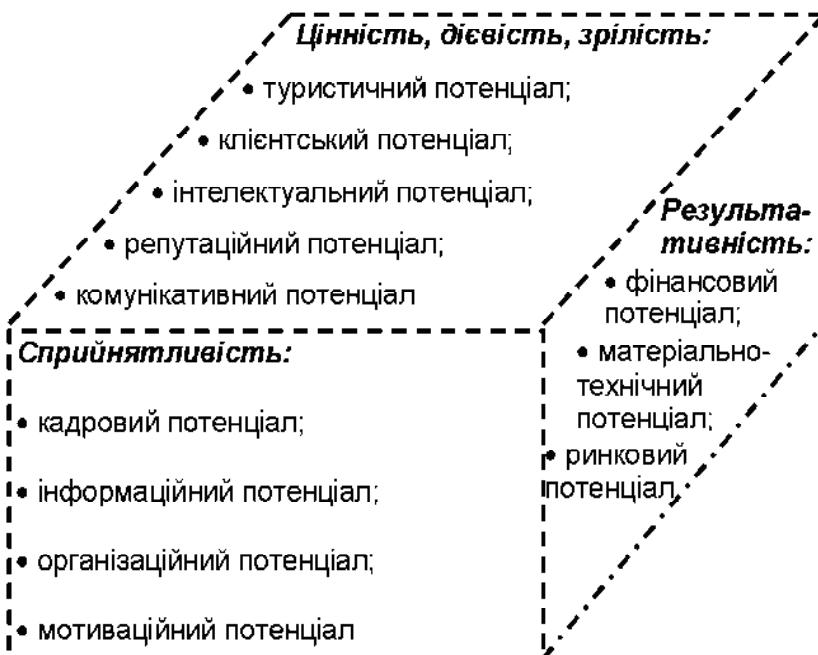


Рис. 2. Тривимірна модель формування й оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства [5]

Разом з тим, на нашу думку в дану тривимірну модель формування й оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства доцільно в блок цінність, дієвість, зрілість добавити партнерський потенціал.

Використання партнерського потенціалу має місце в найбільш поширених формах співробітництва між підприємствами в економічно-розвинених країнах, а саме :

- форма ділового партнерства, що передбачає володіння однією фірмою частиною капіталу іншої фірми (холдинг, картель, трест, синдикат);
- об'єднання суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм на основі тимчасової угоди, щодо спільної діяльності з метою здійснення єдиного проекту або проведення великих фінансових операцій (консорціум);

- форма об'єднань, учасники якої мають обмежену самостійність, єдину власність, єдину систему управління та контролю (концерн);
- об'єднання виробничих, торгових підприємств із кредитно-банківськими установами з наступною трансформацією їх у багатогалузеві господарські системи зі спільною економічною стратегією (Фінансово-промислові групи);
- система економічних відносин взаємозавалених підприємств на основі довіри і гнучких форм співробітництва — підприємницькі мережі (кластери).

Успішне використання партнерського потенціалу, особливо у сфері міжнародного туристичного бізнесу дозволить отримати синергетичний ефект, який включатиме:

- можливість інтеграції зусиль у роботі над спільним проектом, обміном інформацією та ресурсами;
- покращання показників роботи кожної із сторін завдяки більш точному і продуктивному прогнозуванню;
- досягнення вищих стандартів обслуговування туристів;
- спільне вирішення проблем і ліквідація функціональних перешкод у реалізації спільних проектів;
- зниження витрат у разі збільшення споживчої цінності послуги.

До позитивних сторін партнерських відносин можна віднести:

- праґнення обох підприємств допомагати один одному;
- спільна реалізація довгострокових стратегій;
- здатність до системних інновацій.

Разом з тим слід виділити й наступні негативні сторони партнерських відносин

- зниження можливості маневрів: при прийнятті тактичних рішень необхідно враховувати стратегічні наслідки;
- управління партнерськими взаємовідносинами вимагає значних витрат.

Відповідно слід зазначити, що партнерські відносини виступають як складне (інтегроване) явище, тому вони потребують подальшого розгляду як у якості позитивних так і негативних сторін та їх впливу на міжнародну туристичну діяльність.

На сучасному етапі функціонування туристичні підприємства недостатньо уваги приділяють як процесу формування, так і процесу використання туристичного потенціалу. На нашу думку в тривимірну модель формування й оцінки інноваційного потенціалу туристичного підприємства доцільно в блок сприйнятливість добавити партнерський потенціал. На даний час процес формування партнерських відносин між туристичними підприємствами в Україні знаходиться у стадії формування, визначається праґненням підприємств-учасників отримати економічну вигоду в короткі строки, а не з метою встановлення та підтримки довгострокової взаємодії, як способу забезпечення розвитку. В економічних дослідженнях і практиці партнерські зв'язки виступають як складне (інтегроване) явище, тому вони потребують подальшого розгляду.

Використання потенціалу партнерських стосунків у сфері міжнародного туризму може ґрунтуватися як на окремих спільних діях (наприклад формування спільних турів) так і на основі створення транскордонного кластера.

Література

1. Багрова І. В. Удосконалення використання інноваційного потенціалу промислових підприємств на засадах урахування його властивостей [Електронний ресурс] / І. В. Багрова, Т. І. Тищенко // Вісник економічної науки України, 2012. — № 1. — С. 18–23. — Режим доступу :http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/1234567894475205Bagrova_Tishchenko.pdf?sequence=1.

2. Гречан А. П. Теоретичні засади визначення інноваційного потенціалу підприємства [Текст] Економіка та держава : науково-практичний журнал, 2005. — № 7. — С. 34–37;
3. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс]: навч. посіб. / Н. В. Краснокутська. — К. : КНЕУ, 2003. — 504 с. — Режим доступу : <http://javalibre.com.ua/java-book/book/2908516>.
4. Крихівська Н. О. Аналіз наукових підходів до дефініції поняття «партнерські відносини» [Електронний ресурс] / Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки, 2014. — Вип. 1. — С. 19–25. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vchtei_2014_1_4.pdf.
5. Михайліченко Г. І. Інноваційний потенціал туристичного підприємства [Електронний ресурс] / Економіка розвитку (Economics of Development), № 1 (65), 2013. — Режим доступу : http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/ee131_65/e131mik.pdf;
6. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник [Електронний ресурс] / Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А., Юрій С. І. // За ред. С. В. Мочерного. — У 2 т. — Львів : Світ, 2006. — Т. 2. — 568 с. — Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/292811>.
7. Шукліна В. В. Визначення умов успішного функціонування партнерських відносин між туристичними підприємствами [Електронний ресурс] / Вісник Донецького національного університету. Серія В. Економіка і право. — Науковий журнал. — Донецьк, 2011. — № 1. — С. 375–380. — Режим доступу : <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/64/9430-viznachenna-umov-uspishnogo-funkcionuvannya-partnerskix-vidnosin-mizh-turistichnimi-pidpriyemstvami.html>.

Дидовych I. I.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

В статье рассмотрены перспективы использования потенциала партнерских отношений в сфере международного туризма. Проанализированы подходы к толкованию партнерских отношений, определены возможности использования партнерского потенциала в сфере международного туризма.

Ключевые слова: потенциал, партнерские отношения, международный туризм.

Didovych I. I.

USING THE POTENTIAL PARTNERSHIPS IN INTERNATIONAL TOURISM

The article discusses the prospects of potential partnerships in international tourism. The approaches to the interpretation of partnerships, outlines the possibilities of using potential partner in international tourism.

Keywords: potential partners, international tourism.

УДК 379.85

Клапчук Михайло Володимирович, к. геогр. н.,
Несп'як Володимир Іванович, студент,
Львівський інститут економіки і туризму

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ

Найважливішими інноваціями в готельній справі є інформаційно-комп'ютерні технології, які розроблені спеціально для таких підприємств. Також важливими є інновації в сфері будівництва готельних господарств та їх облаштуванні згідно нових тенденцій і вимог. Іншою групою інновацій є організаційні. Впровадження інновацій є вимушеним кроком в розвитку суспільства, тому що зараз як ніколи загострилася проблема обмеженості ресурсів на планеті. В сучасному світі все більше уваги приділяються екологізації, автоматизації та енергоощадності підприємств, в тому числі і готельних. Використання нетрадиційних джерел енергії в готельно-ресторанному бізнесі має великий потенціал, тому що ця галузь господарства дуже залежить від тарифів на електроенергію і газ.

Ключові слова: інновація, готельне господарство, бронювання, автоматизація, інформаційні технології.

Сучасний світ вимагає від людини освоювати нові технології, щоб створити навколо себе більш комфортне середовище існування. Інновації несуть за собою великі перетворення, інколи такі, що змінюють спосіб життя, або ж навіть світогляд цілого суспільства. Інновації в готельному бізнесі мають бути не менш прогресивними, ніж в інших сферах господарювання людини і бути спрямованими на вирішення існуючих проблем. Крім того, вони повинні допомагати споживачу розкрити нові можливості, комфортніші умови обслуговування, що можуть стати не тільки візитівкою закладу і вирізнили його серед інших, а й задати темп в розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Впровадження інновацій є вимушеним кроком в розвитку суспільства, тому що зараз як ніколи загострилася проблема обмеженості ресурсів на планеті.

Наше дослідження ставить собі за мету розкрити великий потенціал інновацій в готельній сфері, адже в багатьох випадках це ключ до успіху. Подібними дослідженнями займались і інші автори, проте вони цікавились дещо іншими і ширшими аспектами [1–5].

Термін «інновація» вперше ввів у науковий обіг австрійський учений Йозеф Шумпетер у праці «Теорія економічного розвитку». Він визначав інновації як нову науково-організаційну комбінацію використання виробничих факторів, яка мотивована підприємницьким духом [6].

Як вітчизняний, так і світовій літературі властива багатогранність поглядів на сутність поняття «інновація». І це не дивно, бо як зауважив відомий американський футуролог Елвін Тоффлер, серед проблем, з якими стикається бізнес, немає важливішої і складнішої, ніж проблема нововведень [4].

Сучасна економічна теорія виділяє п'ять основних типів інновацій:

- запровадження випуску нового продукту (товарна інновація);
- введення нового методу виробництва (технологічна інновація);
- створення нового ринку товарів чи послуг (ринкова інновація);
- освоєння нового джерела постачання сировини (маркетингова інновація);
- реорганізація структури, методів та стилів управління (управлінська інновація).

Процес введення новацій на ринок традиційно називають процесом комерціалізації. Комерційний аспект визначає інновацію як економічну необхідність. Наявність попиту на інновацію як економічну необхідність, що перетворює її на джерело доходу. Наявність попиту на інновацію свідчить про конкурентоспроможність, що є результатом інноваційної діяльності [4].

Більшість новацій реалізується у сфері економіки, забезпечуючи вирішення завдань економічного зростання, конкурентоспроможності не тільки підприємства, а й країни в цілому [4; 6]. Належний рівень розвитку готельного господарства необхідний для будь-якої держави. Розвиток промисловості, торгівлі, економіки і туризму, а також культури і спорту сприяє мобільності людей з метою встановлення контактів, обміну досвідом, організації різноманітних заходів, оздоровлення і відпочинку. Брак готелів ускладнює всі ці процеси, натомість розвиток готельного господарства веде і до розвитку суміжних видів підприємницької діяльності (торгівлі, виробництва) і сприяє пожвавленню усіх суспільно-економічних контактів, посилює економічний потенціал регіонів [5].

Інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними за умови, якщо вони приносять готелю додаткові доходи, забезпечують конкурентні переваги на ринку, підвищують частку ринку, знижують витрати, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи окремих підрозділів та готелю в цілому.

Існує багато можливостей для покращення розвитку готелю. Нами виокремлено декілька, які вважаємо найбільш цікавими і ефективними.

«Зелена» стратегія готелю. Очевидно, що є кілька способів, доступних керівництву готелю для того, щоб наблизити його до поняття «зеленого». В залежності від бюджету, потреб, а також особливостей роботи є різні шляхи досягнення поставленої мети.

Одне з поширених рішення — системи енергозбереження, які націлені на зниження споживання енергії, що витрачається на освітлення номера, кондиціонування та інші завдання. Останнім часом все більш популярними стають бездротові системи, які сканують знаходження гостя в номері і вимикають всі механізми, якщо він залишає кімнату. Після повернення система читає наявність ключа-картки в приміщенні і реагує на це включенням основних систем. Бездротові пристрой зберігають енергію, а заодно і зменшують витрати готелю. За тим же принципом працюють системи, які нагрівають номер до комфортної температури, якщо в ньому проживає гість і понижують її для економії, якщо номер вільний.

Крім того, в якості енергозберігаючої технології слід згадати пристрой, що дозволяють швидко нагрівати воду з-під крана і не чекати, поки вона досягне потрібної температури. В арсеналі багатьох готелів високоефективні каміни, які не допускають витоку повітря, а також зливні бачки в санузлах, що передбачають можливість подвійного потоку, що допомагає економити воду [5].

В якості неординарного, наприклад, можна навести перешивання готельного текстилю і його подальше використання. Так, в деяких готелях, зіпсоване простирадло може бути перешивет наволочку.

В якості деяких прикладів, які використовуються готелями, можна вибрати кілька основних напрямків «зеленої» стратегії, які вже мають місце в цій галузі:

- використання сонячної енергії та енергії вітру для підігріву води та підсвічування;
- використання фотоелементів і регуляторів освітленості для зниження енерговитрат у громадських зонах в періоди відсутності гостей;
- рециркуляція води та збір дощової води;
- переробка паперу і використання матеріалів, що підлягають повній переробці, в тому числі для упаковки продуктів, речей і т. д.;
- використання екологічних і природних матеріалів та продуктів взамін синтетичних;
- використання екологічних матеріалів при будівництві;
- застосування розкладається побутової хімії для зниження забруднень;

— зниження паперового документообігу (слід пам'ятати, що більшість паперових рекламних матеріалів летять в сміттєву корзину);

— поділ відходів (в першу чергу в роботі ресторану і служб номерного фонду).

Готель в соціальних медіа. Більшість готельєрів вже переконались в силі і цінності соціальних мереж. Facebook, Vkontakte і Twitter часто вважаються першим і останнім словом для готелів, дуже важливо періодично проводити моніторинг повної картини всіх існуючих соціальних медіа, щоб бути впевненим, що готель використовує весь спектр можливостей для просування в мережі.

З'ясувалося, що Facebook і Twitter є найбільш ефективними соціальними мережами для великих готелів і не просто так. Facebook нараховує 1,4 млрд користувачів, і хоча база користувачів Twitter складає всього 1/5 частина від бази Facebook, частота його використання вище. Фактично, Twitter може стати найбільш важливою мережею, що подає споживчу інформацію у вигляді мікроблогу [8].

Користуцька база — це важливий критерій при виборі соціальної мережі для готелю. У той час як Google+, виступає, як конкурент Facebook, на других позиціях, його глибока інтеграція з іншими продуктами Google змушує звернути на дану мережу особливу увагу.

Для кожної соціальної мережі існує своя манера подачі матеріалу. Слід розрізняти аудиторії, які використовують ту чи іншу мережу. Так, аудиторія Facebook добре сприймає освітню складову, цікаві факти, можливість отримати нову інформацію. Vkontakte, як мережа спочатку створювалася для випускників ВНЗ і користувачів у віці від 16 до 25, що вимагає більш належну подачу матеріалу, добре реагує на гумор. LinkedIn, як мережа, покликана об'єднати користувачів для професійного спілкування, передбачає комунікацію в діловому форматі. Це може бути лаконічна подача фактів, прес-релізи, статті.

«Мобільне» бронювання готелю. Розвиток мобільного інтернету, поява смартфонів і мобільних платформ, що дозволяють створювати додатки, з більш тонкими і точними налаштуваннями в порівнянні з мобільними сайтами, привели нас до того, що ми маємо зараз. А саме — мобільні додатки стають невід'ємним помічником у плануванні подорожей, ділових поїздок і бронюванні готелів.

Зараз більшість компаній націлені на те, щоб створити зручні програми, за допомогою яких користувачі можуть забронювати готель в будь-якій точці світу за мінімальний проміжок часу. Гість просто вибирає відповідний варіант, бронює і отримує підтвердження [8].

Деякі розробки дозволяють використовувати більш широкий спектр функцій. Наприклад, додаток Hotelsnow надає користувачеві не тільки список готелів, а й показує карту, на якій зазначено місце розташування готелю, навколоїшні заклади та відгуки відвідувачів. Наступний крок на цьому шляху розвитку — управління своїм перебуванням. Наприклад, гість приїхав в готель і не відправився до рецепції, а йде безпосередньо в свій номер. Він зареєструвався за допомогою телефону ще по дорозі з аеропорту. У готелі гість використовує мобільний, як ключ від номера, пульт управління готельним сервісом (бронює столик у ресторані, замовляє обслуговування в номері, робить заявку на хімчистку і т. д.). Крім того, є можливість розрахуватися за послуги готелю за допомогою мобільного телефону, просто прикладши його до читувача. Таким чином, мобільний пристрій гостя стає універсальним і дуже зручним інструментом, який дозволяє спланувати проживання в готелі від початку і до кінця.

Якщо говорити про самі додатки, які в даний час представлені на ринку, то їх умовно можна розділити на декілька категорій:

-
- програми бронювання: наприклад, Hrs.com, Booking.com, Hotels.com;
 - програми меташукачів: Kayak, Tripadvisor і т. п.;
 - додатки, які дозволяють керувати бізнес-подорожами, наприклад, Egencia;
 - програми готелів (в основному ланцюжків): Accor, Rezidor і т. п.

Готельні меташукачи. Відповідно до недавнього дослідження маркетингового агентства Millward brown digital, перш ніж прийняти остаточне рішення про бронювання того чи іншого готелю, мандрівники в середньому відвідують 38 різних сайтів. Це і портали відгуків, і сайти різних OTA (online travel agencies), і офіційні сторінки готелів. При цьому більше 7 % клієнтів використовують у своїх пошуках сайти меташукачів, які надають інформацію, отримувану ними з численних джерел. Меташукач — це фактично інструмент, який посилає запит одночасно на кілька сайтів, баз даних, онлайн-каталогів та іноді в так звану невидиму (приховану) павутину — сукупність онлайн-інформації, яка не індексується традиційними пошуковими системами [3].

Зібравши результати, меташукач видає дубльовані посилання, ранжує результати пошуку у відповідності зі своїм алгоритмом і видає користувачеві в агрегованому і зручному для сприйняття вигляді. Все це відбувається в лічені секунди. Саме економія часу, об'єктивна картина цін і багатство вибору є основними причинами, за якими ці сайти набирають все більшої популярності.

Якщо говорити виключно про готельні меташукачі сайти, то ще до листопада минулого року їх ринок виглядав цілком сформованим: Kayak займав лідеруючі позиції в США, в Австралії найбільш популярний був портал Hotelscombined.com, Wego.com — в Азії, а німецький Trivago домінував у Європі. Також досить популярним був портал Roomkey.com, заснований шістьма найбільшими готельними мережами: Choice hotels, Hilton worldwide, Hyatt, IHG, Marriott i Wyndham, і що пропонує готелі цих ланцюжків.

У загальному випадку, навіть не будучи проактивного у співпраці з меташукачами, готель, працює хоча б з одним міжнародним каналом онлайн-продажів, практично завжди буде автоматично представлений і на меташукачах.

Для готелю це означає не тільки вихід на нові ринки збуту або групи клієнтів, але і безкоштовну рекламу завдяки білборд-ефекту (Billboardeffect).

Автоматизовані системи управління готелями. АСУ для готельних комплексів є комплексом інтегрованих підсистем, що створюють ефективне середовище взаємодії співробітників, клієнтів і ділових партнерів — туристичних агентств, корпоративних клієнтів і туроператорів. І хоча ціна таких систем висока, згідно з дослідженнями корпорації «Microsoft», більшість готелів на Заході (особливо мережевих) періодично встановлюють нову систему управління. Це викликано темпами зростання конкурентної боротьби і технологічного прогресу — якщо раніше готелі змінювали технічне оснащення в середньому кожні 7–9 років, то сьогодні — кожні 3–5 років, і тенденція скорочення цього терміну зберігається [1].

Основними вимогами готелів до систем автоматизації є:

- потужні функціональні можливості управління тарифною політикою, номерним фондом і обслуговуванням гостей;
- використання всіх існуючих каналів продажів готельних послуг (Інтернет, GDS (Global Distribution System), call-центри);
- широкі можливості фінансового контролю та аудиту;
- управління центрами прибутку (номерний фонд, ресторани, бари, фітнес, пральня, бізнес центр);
- організація проведення заходів (конгресів, банкетів, конференцій);
- наявність інтерфейсів із системами автоматичної авторизації кредитних карток;

- наявність інтерфейсів з периферійними системами (інтерактивне ТБ, телефонія, замки, мінібари, управління енергетикою);
- можливість реалізації програм постійних гостей і участі в бонусних програмах авіакомпаній;
- можливість здійснювати групове бронювання з гнучкою системою індивідуальних розрахунків з гостями;
- надійність і відмовостійкість;
- супровід та цілодобова підтримка;
- постійний розвиток систем відповідно до вимог ринку.

Всі перераховані задачі вирішуються засобами автоматизованих систем. Вибір системи залежить від багатьох параметрів готелю: розміру номерного фонду, наявності додаткових послуг (зв'язок, платні телеканали, електронні ключі, спа), місцезнаходження, контингенту гостей тощо [2].

Для надання готелем послуг зв'язку призначені програмовані АТС (Alcatel, Ericsson, Siemens, NEC, Definity, Meridian, GDX, Bosch, Panasonic). За наявності в АТС спеціального програмного забезпечення для готелів система може підтримувати функції управління станцією: online тарифікація дзвінків з одночасною фіксацією.

Серед систем контролю доступу до платних телеканалів поширеними є General Satellite і Guest-Link.

Все більшою популярністю користуються системи контролю доступу в номери (електронні замки). З найбільш відомих систем у цій галузі можна назвати американську VingCard, шведську Timelox, іспанську TESA, італійську CISA.

Проте основою будь-якої готельної АСУ є PMS, або система управління номерним фондом. Вона зосереджує в собі інформацію про його поточний стан, проживання, очікуваних гостей і їх рахунки [11].

На сьогоднішній день найбільш поширеними автоматизованими готельними системами, що застосовуються в світовій практиці, є: PMS — Property Management System; Point Of Sales; Sales & Catering; Telephone Management System; Key System; Mini bar System; Video Services System; Energy Management System; Credit Card Authorization System; Food & Beverage; Accounting System; Central Reservation System; Web Reservation System; Human Resource System; Security System [3].

Прогнозування доходів готелю — Revenue Management System (RMS). Інструменти прогнозування фінансових показників тривалий час були досить консервативні і застосовувалися виходячи з досвіду та кваліфікації співробітників. Зараз, з появою нових методів прогнозування та систем управління доходом є сенс переосмислити підхід до цього процесу, особливо в умовах нестабільного ринку, який спостерігається зараз [11].

Якщо в готелі застосовується Revenue Management System (RMS), робота з аналізу буде простіша, ніж обробка статистичних даних минулих років в ручну. Прогноз підвищує ефективність роботи готелю в питаннях управління витратами, наприклад, при плануванні штатного розкладу персоналу. На підставі передбачення завантаження готелю можна оцінити очікувану кількість гостей, оперувати обсягом витрат по службі номерного фонду, планувати кількість сніданків в ресторані. Все це дозволяє не тільки очікувати певний рівень доходу, а й оптимізувати витрати.

Один з елементів роботи з аналізом перспектив — зберігати історію цін і завантаженість готелів основних конкурентів. Це дає можливість більш точно передбачити попит на послуги даного готелю.

Upsell: методи підвищення прибутку лінійним персоналом. Upselling — техніка продажів, яка спрямована на виявлення прихованих потреб гостя і можливостей

реалізувати більш дорогу послугу або товар. За допомогою цієї техніки, співробітник готелю може привести клієнта до покупки того варіанту, який він раніше не розглядав. У більшості випадків Upsell — це напрямок емоцій і бажань клієнта на більш дорогу покупку, про яку він до цього моменту не замислювався. Іноді це закладено в стандартах готелю або компанії (як, наприклад, пропозиція додаткових десертів в McDonalds), а іноді є власною ініціативою співробітника. Кожен з варіантів повинен бути віправданий специфікою роботи підприємства і мати ясну мотиваційну складову для персоналу [9; 10].

Види Upsell-продажів:

- продати супутній товар (послугу);
- продати додаткові послуги разом з основною;
- продати супутні товари або послуги зі знижкою;
- продати розхідні матеріали;
- комплексний продаж декількох товарів одного типу [9].

Персонал повинен повністю знати і розуміти властивості та особливості запропонованих послуг або продуктів, а саме: які продукти і послуги є найбільш прибутковими, прибутковість пропонованих готелем пакетів і їх складових. Що не включене у вартість, але може бути цікаво кожному типу клієнтів [12].

Upsell доречний тоді, коли він збільшує загальну вартість покупки не більше ніж на 10–20 %. Ефективність вимірюється у збільшенні на 25–35 % прибутку [10].

Сучасні способи володіння і керування: франчайзинг, партнерство, оренда і керування за контрактом. Франчайзинг, як система господарювання, широко застосовується в індустрії гостинності. Його суть полягає в тому, що компанія залучає кошти «зі сторони» і з їх допомогою розвивається набагато швидше, ніж на свої власні кошти. Компанія, зберігаючи за собою ліцензію, як і раніше, користується повними правами, наприклад, правом використовувати свої фірмові знаки, вивірену технологію, методику, систему резервування, відпрацьовані маркетингові процедури, систему знижок. Той, хто купує у компанії ліцензію, підписує контракт на самостійне керування частиною її власності (ресторан, готель тощо) відповідно до умови, обумовлених з власником ліцензії.

Франчайзинг вигідний для компанії, що має можливість швидко розвиватись, і для донора, у якого є кошти і бажання працювати, але браку досвіду та відповідної репутації. Найбільшими компаніями, що займаються франчайзингом у готельному бізнесі, вважаються Hospitality Franchise System (3413 готелів), Choice Hotels International (2487 готелів).

Партнерство — спосіб фінансування підприємства за партнерською згодою, за якої поділяються порівну керування готелем і його прибутки.

Оренда (лізинг) — вид підприємницької діяльності, що дозволяє на вигідних умовах здавати в оренду готель за обумовлений відсоток з продажу номерів. Орендатор керує готелем на умовах договору, яким передбачено валовий прибуток з номерів. Він відповідає за страхування, наймання персоналу, поставку продуктів та маркетинг.

Управління за контрактом — широко розповсюджений спосіб господарювання у готельному господарстві, що передбачає управління власністю на терміни: п'ять, десять або двадцять років [12].

Готельні підприємства, що надають перевагу контрактному методу управління їх власністю, мають можливість швидкими темпами розширювати готельний бізнес як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

Інтенсивно відбуваються процеси проникнення капіталів готельних ланцюгів в інші галузі, і навпаки, - вливання капіталів інших галузей у готельну справу.

Ребрендинг готелю. Незважаючи на схожі фундаментальні принципи маркетингу і брендингу в цілому, маркетинг і брендинг в індустрії гостинності заслуговує особливої уваги через свою багатогранність і тривалого «дотику» гостей готелю з брендом під час своїх візитів.

Процес ребрендингу — це бізнес-процес, який стосується усіх відділів готелю і враховує багато аспектів роботи готелю: від ефективності бренду в комунікаціях до застосувань бренду в інтер'єрах.

Причини ребрендингу можуть бути різні: оновлення, реконструкція, купівля готелю, зміна менеджменту, відхід від негативного іміджу на ринку, створення нового іміджу і т. д. Але які б не були причини, перша фаза процесу завжди повинна бути стратегічною. Вона повинна задати напрямок проекту і визначити чи підкоригувати стратегічне позиціонування готелю [12].

Використання гаджета Google Glass у бізнес-готелях. Готель Montcalm London Marble Arch став першим підприємством в готельному секторі Великої Британії, співробітники якого використовують Google Glass для покращення обслуговування гостей. Нещодавно в готелі провели спеціальний тренінг для персоналу з ознайомлення з новим гаджетом [7].

Дана технологія допоможе значно поліпшити взаємодію між персоналом на рецепції і в спілкуванні з мандрівниками. Співробітники готелю будуть використовувати пристрій для консультування гостей готелю про місцеві ресторани, розваги, магазини і допомагати планувати поїздки та екскурсії гостей.

Google Glass — окуляри доповненої реальності, що розробляються на базі операційної системи Android. У пристрої використовується прозорий дисплей, який кріпиться на голову і знаходиться трохи вище правого ока, камера, здатна записувати відео високої якості, мікрофон і датчик GPS. Окуляри можуть управлятися голосом, рухами голови або натисканням на дужку.

У травні технологія Google Glass була інтегрована в додаток TripIt від Concur і вже успішно застосовується у сфері ділового туризму [7].

Без суттєвих інновацій прогрес не можливий. Розвиток готельного господарства України вимагає проведення ґрунтовних досліджень, які в майбутньому зможуть забезпечити необхідним матеріалом для планування стратегії самого розвитку. Відродження і прогрес цього сектору економіки може стати суттєвим поштовхом для економічного піднесення України загалом та Карпатського регіону зокрема.

Література

1. Гудзовата О. О. Автоматизовані системи управління готелями [Текст] / О. О. Гудзовата // Торгівля, комерція, підприємництво, 2013. — Випуск 15. — С. 94–98.
2. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформації економіки [Текст] : навч. посібн. / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. М. Меркулов. — К. : Центр учбової літератури, 2012. — 448 с.
3. Мунін Г. Б. Управління сучасним готельним комплексом [Текст] : навч. посібн. / Під ред. члена-кор. НАН України, д. е. н., проф. Дорогунцова С. І. — К. : Ліра-К, 2005. — 520 с.
4. Пащута М. Т. Інновації: понятійно-термінологічний апарат, економічна сутність та шляхи стимулювання [Текст] : навч. посібн. / М. Т. Пащута, О. М. Шкільнюк. — К. : Центр навчальної літератури, 2005. — 118 с.
5. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії [Текст] : навч. посібн. / Н. В. Чорненька. — К. : Атіка, 2006. — 264 с.
6. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры [Текст] / Й. А. Шумпетер. — М. : Прогрес, 1982. — 456 с.

-
7. Google Glass [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Glass.
8. Hotel news now [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.hotelnewsnow.com>.
9. Готелі: Upselling оформлення на стійці реєстрації [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.hosteltur.com.
10. Повний апселя. Технологія м'яких продажів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.trener.in.ua.
11. Світ готелів та готельєрів [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.antiwto.ru>.
12. Сообщество профессионалов гостиничного бизнеса [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.frontdesk.ru>.

Клапчук М. В., Неспяк В. І.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЦ

Важнейшими инновациями в гостиничном деле является информационно-компьютерные технологии, которые разработаны специально для таких предприятий. Также важны инновации в сфере строительства гостиничных хозяйств и их обустройстве согласно новых тенденций и требований. Другой группой инноваций являются организационные. Внедрение инноваций является вынужденным шагом в развитии общества, потому что сейчас как никогда обострилась проблема ограниченности ресурсов на планете. В современном мире все больше внимания отводится экологизации, автоматизации и энергосбережения предприятий, в том числе и гостиничных. Использование нетрадиционных источников энергии в гостинично-ресторанном бизнесе имеет большой потенциал, так как эта отрасль хозяйства сильно зависит от тарифов на электроэнергию и газ.

Ключевые слова: инновация, гостиничное хозяйство, бронирование, автоматизация, информационные технологии.

Klapchuk M. V., Nespyak V. I.

INNOVATIVE ASPECTS OF HOTEL DEVELOPMENT

The most important innovations in the hotel business are information and computer technologies that are designed specifically for such enterprises. Also important are innovation in construction and the hotel industry by equipping their new trends and requirements. Another innovation is the organizational group. Innovations a necessary step in the development of society, because now more than ever exacerbated the problem of limited resources on the planet. In today's world, more attention is taken away greening, automation and energy saving enterprises, including the hotel. The use of alternative energy sources in the hospitality industry has great potential, because this branch of the economy is very dependent on electricity tariffs and gas.

Keywords: innovation, hospitality, reservations, automation, information technology.

УДК 640.41:339.9

Мельниченко Світлана Володимирівна, д. е. н., професор,

Кудлай Тетяна Вікторівна, к. е. н.,

Київський національний торговельно-економічний університет

МІЖНАРОДНІ ГОТЕЛЬНІ МЕРЕЖІ

Проаналізовано сучасний стан розвитку міжнародних готельних операторів на різних організаційно-правових засадах, визначено світових лідерів готельного бізнесу і досліджено становлення та особливості функціонування операторів готельного бізнесу на міжнародному ринку.

Ключові слова: готельний оператор, міжнародні готельні мережі, готельні послуги, контрактне управління, франчайзинг, лізинг, володіння, номерний фонд.

Динамічний розвиток готельного бізнесу, що відзначається високим ступенем інтернаціоналізації капіталу та міжнародним характером своїх операцій, є каталізатором економічного зростання, оскільки виступає каналом перерозподілу прибутків між країнами. Поглиблення спеціалізації підприємств гостинності взаємозалежно з утворенням готельних мереж, що відіграють значну роль у розробленні й просуванні високих стандартів обслуговування. Особливої актуальності набуває розвиток та подальше розширення діяльності операторів готельного бізнесу на території України. За останнє десятиліття на готельний ринок України вийшло десять міжнародних готельних операторів. Вісім з них функціонують на умовах контрактного управління з тринадцятьма готелями, номерний фонд яких становить 3284, тобто 3,5 % від загального номерного фонду на національному готельному ринку [10].

Однак у 2014 р., за умов нестабільного економічного та політичного середовища, подальший розвиток національного готельного бізнесу ускладнився. За даними Державної служби статистики України, кількість в'їзних та внутрішніх туристів знизилася вдвічі. Ця тенденція негативно відобразилася на діяльності готельних мереж та підприємств готельного господарства у цілому, оскільки спостерігається скорочення завантаження номерного фонду до 20 %, що на 60 % менше порівняно з 2013 р., а дохід знизився в середньому на 40 % (за даними звітності підприємств). Проте оператори готельного бізнесу продовжують стабільне функціонування на ринку готельних послуг, та вже станом на кінець першого півріччя 2015 р. завантаження номерного фонду становило приблизно 40 %, у той час як у незалежних підприємств готельного господарства — не вище 20 % (за даними звітності підприємств). Як наслідок близько 30 % незалежних підприємств готельного господарства знаходяться на межі банкрутства. Ці показники свідчать про можливість функціонування готельних мереж у складних економічних умовах. Тому входження та подальший розвиток готельних мереж є основою стабільності національного готельного бізнесу. У зв'язку з цим виникає необхідність дослідження функціонування готельних мереж на міжнародному ринку готельних послуг.

Проблеми теорії та практики діяльності готельних мереж знайшли відображення у працях таких зарубіжних та вітчизняних науковців, як: М. Босовська [1], Г. Горіна [2, 3], В. Катьяло [4], М. Мальська [5], Т. Марущак [6], Н. Мунін [7], В. Семенов [8] та ін. Віддаючи належне вагомості наукових результатів зазначених авторів, слід відмітити наявність невирішених питань, пов'язаних зі специфікою діяльності готельних мереж, що функціонують на умовах контрактного управління, франчайзингу оскільки розвиток та розширення цих мереж не є усталеним явищем на національному готельному ринку та потребує більш детального вивчення.

Таким чином, метою дослідження є моніторинг діяльності операторів готельного бізнесу на міжнародному ринку, які функціонують на умовах франчайзингу, контрактного управління, лізингу та володіння, визначення напрямів їх розвитку в Україні.

Розвиток готельних мереж та їх географічна експансія спостерігається на міжнародному ринку готельних послуг ще із 1950-х років. Дані тенденції спричинила розширення готельних операторів, їх спеціалізації та безпосередній розвиток і розширення готельних мереж на усіх сегментах світового ринку готельних послуг.

За даними ВТО кількість міжнародних туристів за останні десять років зросла на 29 % та станом на грудень 2014 року становила 1138 млн. осіб. Варто відмітити, що у порівнянні із минулим роком даний показник зріс на 4,7 %. Стрімке зростання туристичних потоків є каталізатором розвитку готельного бізнесу у всьому світі. Виключенням не стали і міжнародні готельні мережі, адже на світовому готельному ринку функціонує понад 16 млн. підприємств готельного господарства з них понад 20 % належать або функціонують під керівництвом міжнародних готельних операторів [9].

З моменту входження міжнародних готельних операторів на світовий ринок готельних послуг їх рейтинг істотно змінився та станом на 2015 рік має наступний вигляд (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтинг міжнародних готельних операторів

№ в рей- тин- гу	Готельний оператор	Кількість готелів		Відносне відхилен- ня, %	Номерний фонд		Відносне відхилення, %
		2013 рік	2014 рік		2013 рік	2014 рік	
1	Inter Continental Hotel Group (IHG)	4602	4704	2,2	675 982	688 517	1,9
2	Hilton Worldwide	3992	4115	3,1	652 378	678 630	4,0
3	<i>Marriott International*</i>	3672	3916	6,6	638 793	675 623	5,8
4	Wyndham Hotel Group	7342	7485	1,9	627 437	645 423	2,9
5	<i>Choice*</i>	6198	6340	2,3	497 023	502 663	1,1
6	Accor	3515	3600	2,4	450 199	461 719	2,6
7	Starwood Hotels and Resorts	1121	1162	3,7	335 400	339 243	1,1
8	Best Western	4024	4046	0,5	311 611	314 318	0,9
9	<i>Home Inns*</i>	1772	2180	23,02	214 070	256 555	19,8
10	Carlson Rezidor Hotels Group	1077	1282	19,03	166 245	203 400	22,3

*Готельні оператори, що станом на 1 січня 2015 р. не представлені на ринку готельних послуг України

** Складено авторами за даними річних звітів готельних операторів

За даними звітності діяльності готельних операторів за останні десять років лідером рейтингу залишається англійський оператор InterContinental Hotel Group, який є засновником 9 готельних брендів різних сегментів готельного ринку. Щорічно кількість номерного фонду у IHG збільшується приблизно на 1,9 %. Друге місце у рейтингу посідає Hilton Worldwide. Кількість готелів під його керівництвом за минулі два роки зросла на 38,5 %.

Американський готельний оператор Marriott International збільшив свій номерний фонд у 2014 році порівняно із минулим роком на 5,8 %, при цьому загальна кількість номерного фонду на балансі оператора є на 1,9 % менша у ніж у InterContinental Hotel Group. Marriott International представлений на світовому ринку готельних послуг дев'ятнадцятьма брендами.

Готельний оператор Best Western за останні два роки збільшив кількість підприємств готельного господарства під своїм управлінням на 0,5 %, що на 70 % менше у порівнянні із 2012 роком.

Варто відмітити, що лідерами із зростання номерного фонду та готелів на своєму балансі є бельгійський оператор Carlson Rezidor Hotels Group та китайський — Home Inns. Номерний фонд та кількість готелів у мережах цих операторів збільшилися приблизно на 20 %, що на 85 % більше у порівнянні із іншими операторами.

Переважна більшість лідерів світового готельного бізнесу розширяють свої мережі за допомогою різних організаційно-правових форм управління підприємствами (рис. 1).

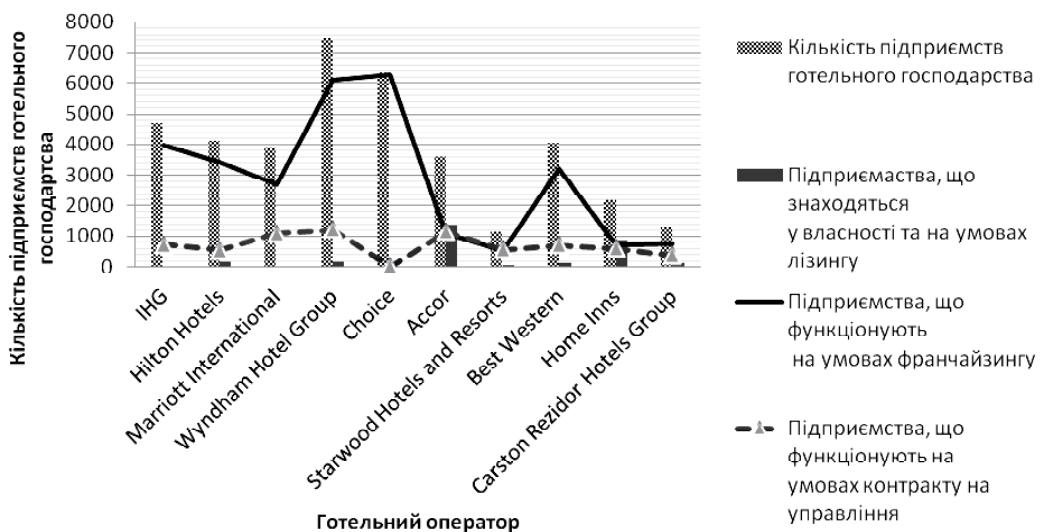


Рис. 1. Форми управління світових лідерів готельного бізнесу
(Джерело: систематизовано за даними офіційних сайтів готельних операторів)

У залежності від форми управління міжнародні готельні оператори здійснюють свою діяльність передусім на умовах франчайзингу та контрактного управління, мінімізуючи при цьому підприємства готельного господарства, які знаходяться у власності самого оператора. Таким чином максимальна частка готелів, що функціонують на умовах франчайзингу знаходитьться в управлінні американського оператора Choice, який функціонує виключно на умовах даної організаційно-правової форми та англійського оператора InterContinental Hotel Group, де кількість франчайзингової форми управління становить 84,4 % від загальної кількості підприємств. Частка франчайзингових готелів у оператора Hilton Worldwide на 1,7 % менша у порівнянні із InterContinental Hotel Group. Варто відзначити, що американський оператор Choice, розширює свою діяльність виключно на умовах договору франчайзингу, та є найбільшою франчайзинговою мережею на світовому ринку готельних послуг.

Останні роки характеризуються тенденцією розвитку готельних мереж на умовах контрактного управління, що значно зменшує ризик як самого оператора, так і власника підприємства готельного господарства, що є членом мережі. Найбільш розповсюджену дана форма є в оператора Starwood Hotels and Resorts, де кількість готелів за даною формою управління становить 48,8 % від загальної кількості готелів. Французький оператор готельного бізнесу Accor, на балансі якого станом на грудень 2014 року знаходиться 1150 підприємств готельного господарства, що функціонують на умовах контрактного управління збільшив даний показник у порівнянні із 2011 роком на 20 %. Нині

частка готелів, управлінською діяльністю яких займається безпосередньо оператор становить 32 % від загальної кількості підприємств готельного господарства. Близько 28 % підприємств готельного господарства, що функціонують на умовах контрактного управління знаходяться на балансі Marriott International, Home Inns та Carlson Rezidor Hotels Group, що на 46 % більше ніж у InterContinental Hotel Group та Hilton Hotels. Варто відмітити, що міжнародні оператори, що представлені на українському ринку готельних послуг, за виключенням Best Western та Wyndham Hotel Group, функціонують виключно на умовах контрактного управління.

Лідером з номерного фонду є IHG, при цьому кількість підприємств готельного господарства становить 4704. Слід зазначити, що під управлінням IHG 85,8 % підприємств функціонують на умовах франчайзингу, 15 % — контракт на управління та 0,2 % — лізинг і володіння. У той час кількість підприємств готельного господарства, що функціонують на умовах контрактного управління в оператора Accor становить 32 % від загальної кількості готелів Rezidor Hotel Group за контрактним управлінням експлуатує 42 % готелів своєї мережі, Hyatt Corporation — 38 %, Hilton Worldwide — 13 %, а Starwood Hotel має у своєму управлінні 48 % підприємств готельного господарства. Дані показники дозволяють зробити висновок, що розширення готельних мереж за контрактним управлінням, дозволяє операторам входити на ринки готельних послуг та досягти стабільного розвитку підприємств готельного господарства.

Американський оператор Marriott International під своїм управлінням має приблизно 44 % від загального номерного фонду. Кількість номерного фонду, готелів, які працюють на умовах контрактного управління готельних операторів становить 48 % від загального номерного фонду у Starwood Hotel. На контрактному управлінні французького оператора Accor знаходитья 31 % номерного фонду, що на 14 % більше у порівнянні із IHG та на 9 % із Hilton Worldwide (рис. 2).

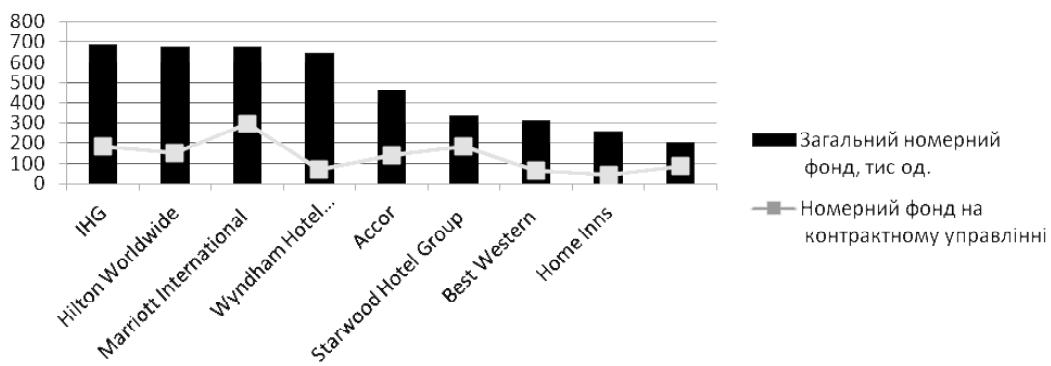


Рис. 2. Номерний фонд на контрактному управлінні міжнародних готельних операторів (за даними річних звітів готельних операторів)

Світові лідери готельного бізнесу функціонують із своїми брендами у різних сегментах готельного бізнесу та максимально розширяють свою географічну експansію на міжнародному ринку (табл. 2).

З вище наведених даних, можна зробити висновок, що географічна присутність операторів на міжнародному ринку готельних послуг, відбувається рівномірно. Проте, лідерами географічної експансії є бельгійський оператор Carlson Rezidor Hotels Group, англійський IHG та американський Best Western, які представлені у 100 країнах, при цьому американський оператор Choice географічно розширив свою франчайзингову діяльність брендів всього на сорок країн.

Таблиця 2
Характеристика міжнародних готельних операторів

№	Готельний оператор	Штаб квартира	Бренды на балансі оператора	Кількість готелів	Номерний фонд	Географічне охоплення
1.	IHG	Великобританія	9	4704	688 517	100
2.	Hilton Worldwide	США	12	4115	678 630	91
3.	Marriott International	США	19	3916	675 623	78
4.	Wyndham Hotel Group	США	15	7485	645 423	96
5.	Choice	США	11	6340	502 663	40
6.	Accor	Франція	14	3600	460 000	92
7.	Starwood Hotel Group	США	9	1556	335 400	98
8.	Best Western	США	5	4046	314 318	100
9.	Home Inns	Китай	2	2180	256 555	1
10.	Carlson Rezidor Hotels Group	Бельгія	8	1282	203 400	105

* Джерело: систематизовано за даними офіційних сайтів готельних операторів

Міжнародні готельні оператори IHG, Accor та Hilton Worldwide за останні п'ять років розширили географічну присутність приблизно на 15 % при цьому решта тільки на 10 %. Загалом, географічна експансія лідерів міжнародного готельного бізнесу має наступний вигляд (рис. 3).

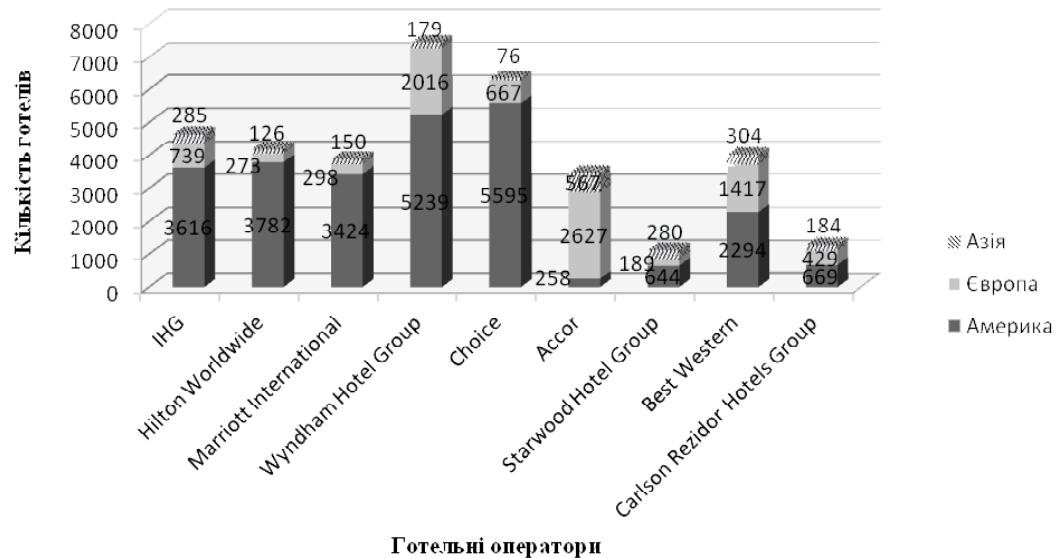


Рис. 3. Географічне охоплення готельних операторів
(Джерело: систематизовано за даними офіційних сайтів готельних операторів)

Відповідно до рис. 3 максимальна присутність лідерів готельного бізнесу є на території Північної та Південної Америки, де репрезентативність операторів приблизно складає 65 %. В Європейських країнах присутність операторів становить близько 22 %, що менше у порівнянні із попереднім на 66 %. На території Азії експансія відбувається

найменш інтенсивно та у 2014 році кількість готелів, що функціонують під керівництвом лідерів становила 4331. Слід зауважити, що приблизно 50 % від даної кількості знаходяться під управлінням китайського оператора Home Inns. На території Африки кількість готелів становить приблизно 1,5 %.

70 % готелів, що функціонують під керівництвом операторів Hilton Worldwide та IHG, географічно представлені на території США та 20 % на території Європи. У той час, 70 % Rezidor Hotel Group та Accor представлені на території Європи. Варто відмітити, що 1 % номерного фонду бельгійського оператора Rezidor Hotel Group функціонує на території України.

Показники діяльності лідерів міжнародного готельного бізнесу щороку динамічно зростають (рис. 4). Завантаженості номерного фонду у англійського оператора IHG та китайського Home Inns набули максимального значення у порівнянні із іншими. Про те, якщо у англійського оператора за останній рік показник завантаженості збільшився на 4 %, у порівнянні із попереднім, то у останнього прослідовується тенденція до спаду. Завантаженість номерного фонду в Starwood Hotel у 2014 році збільшилась на 4 % порівняно із 2013 роком, в той час, як у Hilton Worldwide тільки на 3,3 % в порівнянні із минулим роком та становила 71,9 %. Лідерами в позитивній динаміці є готельний оператор Accor, у якого за останні три роки завантаженість номерного фонду зросла на 7,3 % і станом на 2014 рік становила 70,7 %. Оператор Carlson Rezidor Hotel Group у 2014 році збільшив показник завантаженості номерного фонду на 7 % порівняно із попереднім.

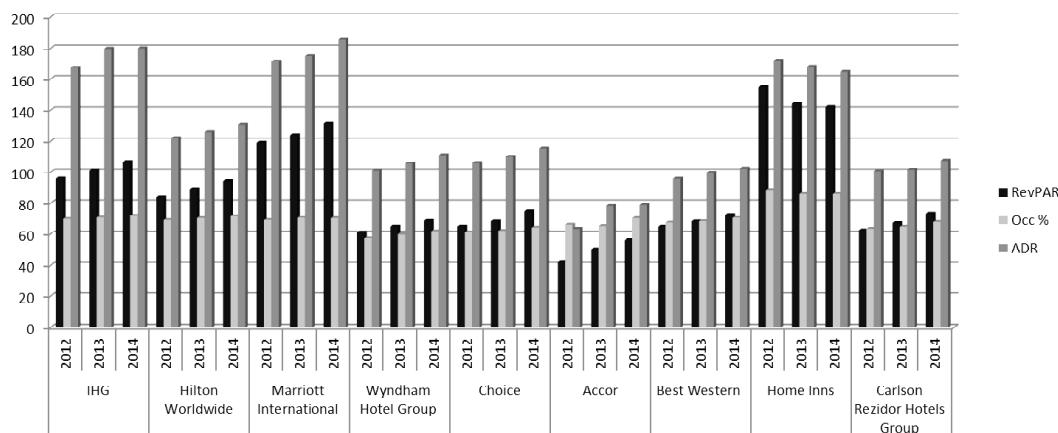


Рис. 4. Показники діяльності міжнародних готельних операторів
(Джерело: розраховано авторами за даними річних звітів готельних операторів)

Результати діяльності міжнародних готельних операторів можна оцінити за показником ADR (середня ціна номера), який набув максимального значення у оператора IHG, збільшення якого становить 0,1 % у порівнянні із 2013 роком та 4,2 % із 2012 роком. У Accor за останні два роки ADR збільшився на 19 % і станом на 2014 рік становив 79 дол. США. Більш ніж на 6 % збільшився показник у Carlson Rezidor Hotel Group, Wyndham Hotel Group та Marriott International, при цьому Starwood Hotel збільшив ADR всього на 1,1 %.

У 2014 році показник RevPAR оператора Accor збільшився на 10 % у порівнянні із 2013 роком та на 25 % — із 2012 роком, та становив 56 дол. США. На 14,9 % збільшився показник і в Carlson Rezidor Hotel Group, що свідчить про успішність діяльності оператора. Досліджено, що приріст RevPAR за останні три роки у IHG, Hilton Worldwide, Marriott International, Wyndham Hotel Group, Choice та Best Western

становить приблизно 10 %, у американського оператора Starwood Hotel — 3,7 %, а у китайського оператора Home Inns зменшився 9 %.

Слід зазначити, що даний показник у 2014 році у порівнянні із 2013 роком знизився приблизно на 20 % у міжнародних операторів, що функціонують на території України.

Станом на 2014 рік дохід від діяльності англійського оператора IHG у порівнянні із 2013 роком зменшився на 3 %, у той час як американські оператори Hilton Worldwide та Marriott International збільшили свій дохід приблизно на 7 %. Варто відмітити, що у останніх дохід перевищує дохід англійського оператора приблизно на 83 %. Wyndham Hotel Group за останні три роки збільшив дохід на 5 %, а оператор Choice — на 12 %. Варто відмітити, що дохід оператора Accor станом на 2014 рік збільшився на 0,5 % у порівнянні із минулим роком, та зменшився на 13,7 % у порівнянні із 2012 роком. Американський оператор Starwood Hotels & Resorts покращив цей показник на 8 % за останні три роки, не зважаючи на те, що у порівнянні із 2013 роком дохід зменшився на 0,5 %. Китайський оператор Home Inns стрімко розвиваючи свою мережу, збільшує дохід на 33,5 % за три роки, у той час як бельгійський оператор Carlson Rezidor Hotels Group збільшив дохід на 1,5 %.

Лідером із збільшення EBITDA (прибуток до оподаткування та амортизації) є Hilton Worldwide показник якого за останній рік збільшився приблизно на 21 %. Оператори IHG та Marriott International збільшили даний показник на 4 %. EBITDA операторів Accor та Wyndham Hotel Group у 2014 році збільшився приблизно на 7 %, порівняно з 2013 роком. Слід зауважити, що у Wyndham Hotel Group показник EBIT характеризується тією ж тенденцією зростання, у той час, як Accor збільшив його на 11 %. Home Inns у 2014 році зменшив показник EBITDA на 23 % порівнянно із 2012 роком, при цьому, у порівнянні із 2013 роком даний показник збільшився на 71 %. Прибуток до оподаткування та амортизації Carlson Rezidor Hotels Group у 2014 році зменшився на 12 % порівняно із минулим роком, однак за останні три роки збільшився на 103 %.

Дохід від контрактного управління та франчайзингової діяльності у оператора IHG становить приблизно 70 % від загальної суми доходу. Не зважаючи на те, що на умовах контрактного управління у оператора функціонують 15 % готелів, дохід становить 30 % від загальної суми. Starwood Hotels & Resorts та Accor отримують приблизно 40 % загальної суми доходу від готелів, що функціонують на умовах контрактного управління. Даний показник Marriott International та Carlson Rezidor Hotels Group становить приблизно 10 %, при цьому, від франчайзингової діяльності останній отримує 2 % від доходу.

Чистий прибуток у IHG на 50 % менший ніж у Hilton Worldwide та Marriott International. Чистий прибуток Carlson Rezidor Hotels Group за останні три роки збільшився на 119 % та станом на 2014 рік становив 14,2 млн. дол. США.

Витрати на заробітну плату у операторів Hilton Worldwide та Marriott International становлять близько 4 % від доходу у IHG приблизно 30 %. Витрати на оподаткування становлять у середньому 25 % у всіх операторів.

Витрати на гудвлі, які виражают ринкову вартість оператора без урахування вартості активів та пасивів становлять приблизно 40 % від доходу у IHG та Hilton Worldwide, у Marriott International та Carlson Rezidor Hotels Group приблизно 7 %.

Не менш важливим фактором є забезпечення робочих місць у сфері гостинності та підготовка висококваліфікованих кадрів. Варто зазначити, що міжнародні готельні оператори, які є лідерами готельного бізнесу забезпечують підготовку персоналу у власних школах гостинності. Зважаючи на це середня частка персоналу, що посадає на керівних посадах становить приблизно 3 % від загальної кількості осіб, що працюють у оператора.

У результаті аналізу світових готельних лідерів, можна зробити висновок, що стрімкий розвиток туризму, прямо впливає на розвиток та розширення міжнародних готельних операторів, географічна експансія яких відбувається досить стрімко. Зміна у позиціях лідерів, стає звичним явищем для готельного бізнесу, про те, десятка лідерів, обіймає свої місця протягом останніх трьох років.

За останні десятиліття готельне господарство на території України динамічно розвивається. Доказом цього є поява національних готельних операторів та входження міжнародних операторів на ринок готельних послуг України. Тому подальші наукові дослідження будуть присвячені аналізу функціонування міжнародних готельних мереж в Україні на різних організаційно-правових засадах.

Література

1. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі [Текст] : моногр. / М. В. Босовська. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. — 832 с.
2. Горіна Г. О. Міжнародні готельні мережі: стратегії розвитку в умовах глобалізації [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спеціальність 08.00.02 / Г. О. Горіна. — Донецьк, 2011. — 20 с.
3. Горіна Г. О. Розвиток готельних мереж у країнах ЄС в умовах глобалізації [Текст] / Г. О. Горіна // Економічна політика країн ЄС в умовах глобалізації: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. — Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. — С. 62–64.
4. Катькало В. С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития. Часть 3 / В. С. Катькало, В. Н. Мукба [Электронный ресурс]. — Продажа недвижимости: информационный портал. — Режим доступа : <http://ros-nedvigimost.ru/publika-siya-polnaya/534>.
5. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика [Текст] / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 472 с.
6. Марущак Т. П. Управління підприємствами готельного господарства різних форм господарювання [Текст] : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.02 / Т. П. Марущак ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К., 2002. — 20 с.
7. Мунін Г. Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі [Текст] : навч. посібн. / Г. Б. Мунін, Ю. О. Карягін, А. С. Артеменко, Ю. В. Кошиль // За заг. ред. Л. С. Трофименко і О. О. Гаца. — К. : Кондор, 2008. — 370 с.
8. Семенов В. Ф. Франчайзінг як метод організації і розвитку готельного бізнесу [Текст] : зб. наук. праць // Вісник соціально-економічних досліджень. — Одеса : ОДЕУ, 2013. — № 52. — С. 243–249.
9. World Tourism Organization [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://unwto.org>.
10. The Statistics Portal [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.statista.com/>

Мельниченко С. В., Лохмач Т. В.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ СЕТИ

Проанализировано современное состояние развития международных гостиничных операторов на разных организационно-правовых принципах, определено мировых лидеров гостиничного бизнеса и исследовано становления и особенности функционирования операторов гостиничного бизнеса на международном рынке.

Ключевые слова: гостиничный оператор, международные гостиничные сети, гостиничные услуги, контрактное управление, франчайзинг, лизинг, владение, номерной фонд.

Melnichenko S. V., Kudlay T. V.

INTERNATIONAL HOTEL CHAIN IN UKRAINE

The current state of international hotel operators in different legal basis, world leaders identified and studied hotel business formation and the peculiarities of the operators of hotel business in Ukraine.

Keywords: hotel operator, international hotel chains, hotel services, contract management, tourism, tourist flows, franchising, leasing and ownership.

УДК 339.9+338.486.2

Подвірна Христина Свєнівна, к. геогр. н.,
Бунько Олена Богданівна, студентка,
Львівський інститут економіки і туризму

ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ КОНЦЕРНІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В статті проведено загальний аналіз діяльності туристичних концернів на світовому ринку туристичних послуг. Розглянуто транснаціональні корпорації, що діють на світовому ринку туристичних послуг. Визначено специфіку та проаналізовано масштаби діяльності провідних туристичних концернів світу. Розкриваються причини виникнення, особливості формування та діяльності туристичних інтегрованих концернів в умовах глобалізації.

Ключові слова: транснаціоналізація, глобалізація, світовий туристичний ринок, інтернаціоналізація, інтегрований туристичний концерн, міжнародна туристична діяльність, міжнародний туристичний бізнес.

Розвиток сучасного світового ринку туристичних послуг відбувається відповідно до загальносвітових тенденцій розвитку світового господарства та міжнародних економічних відносин. На теперішній час визначальними та характерними для них є напрямки транснаціоналізації та глобалізації.

Дослідження процесів транснаціоналізації туристичних підприємств та аспекти їхньої здійснення розкриваються у вітчизняних (А. Гайдук [3], І. Пурська [6], О. Ю. Александрова [2, с. 100], Якубовський С. О. [11, с. 150] та ін.) та іноземних авторів. Питанням розвитку світового та вітчизняного ринків туристичного бізнесу в сучасних умовах присвячені наукові дослідження і публікації багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких слід виділити праці українських авторів — І. Бочана [1, с. 20], А. Міщенко [8], І. Голод [9], В. Зайцева, О. Корнієнко [7] та інші.

Метою дослідження є загальний аналіз діяльності туристичних концернів на світовому ринку туристичних послуг.

Туристичному бізнесу характерні значний розвиток процесів глобалізації та транснаціоналізації, їй водночас — лібералізації, послаблення інституційних бар'єрів, стрімкими розвитком науково-технічного прогресу. В процесі глобальних структурних перетворень, що поступово поширяються на світовий економічний простір, перевагу отримують галузі обробної промисловості та сфери послуг, зокрема, туризм [7, с. 400].

Міжнародний туристичний бізнес виступає не тільки як джерело надходження прибутків для продавців та задоволення духовних і фізичних потреб покупців, але й як сполучна ланка між країнами, регіонами, діловими колами різних держав [2, с. 100].

Про значний потенціал розвитку туризму як однієї з пріоритетних галузей зовнішньоекономічної діяльності свідчить те, що Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та культурними ресурсами [4, с. 150].

Інфраструктуру світового ринку туристичних послуг складають:

- туристичні біржі, ярмарки, виставки, салони (наприклад, щорічні Лондонська /WTM — World Travel Market/, Берлінська /ITB/ міжнародні туристичні біржі чи найбільша виставка на Близькому Сході Arabic Travel Market), а також workshop (міні-виставки у поєднанні з робочими дискусіями, обміном досвідом щодо здійснення туристичної діяльності) [11, с. 150];

- банки, що забезпечують спеціалізоване туристичне обслуговування шляхом випуску дорожніх (туристичних) чеків, пластикових дисконтних карток;

- страхові компанії, що забезпечують страхування туристичних ризиків;

— заклади міжнародного комерційного арбітражу, що забезпечують ефективне та швидке вирішення спірних питань між іноземними контрагентами [11, с. 151];

— рекламно-інформаційні підприємства, які забезпечують рекламу туристичних послуг (найрізноманітніші рекламно-інформаційні агентства, центри, засоби мас-медіа), з одного боку, та забезпечують суб'єктів ринку необхідною комерційною та країнознавчою інформацією (торгові палати, представництва, посольства, консульства);

— підприємства, що забезпечують суб'єктів ринку засобами ділової комунікації та електронної торгівлі [11, с. 152];

— спеціалізовані навчальні та науково-дослідні заклади, що здійснюють підготовку, перепідготовку кадрів, підвищення їх кваліфікації, розробляють рекомендації та експертні оцінки щодо підвищення економічної ефективності зовнішньоекономічної діяльності в туризмі.

Останніми роками на туристичному ринку, поряд із поняттями «туроператор», «турагент», «готельне підприємство», «чартерні авіалінії», свої позиції змінив такий вид підприємства, як інтегрований туристичний концерн. Власне великі інтегровані туристичні концерни сьогодні визначають правила гри на світовому туристичному ринку і є прямим наслідком глобалізації у туризмі.

Туристичний концерн — це складна вертикально або/і горизонтально інтегрована структура із вироблення та збуту туристичного продукту [3].

Необхідність інтеграції в туристичній сфері була обумовлена постійним посиленням конкуренції, бажанням та необхідністю здійснювати експансію на закордонні ринки для зміцнення конкурентних переваг.

Світові туристичні оператори прагнули і прагнуть прив'язати до себе виконання всіх процесів і функцій, пов'язаних із виготовленням та збутом пакета туристичних послуг. Ця стратегія стала не лише можливістю закріплення позицій на внутрішніх ринках, але й шляхом виходу на закордонні ринки. Так, на початку 90-х років відомий у Німеччині концерн з виробництва сталі Preussag диверсифікував свою діяльність і спрямував значну частину капіталу у перспективну туристичну галузь, створивши потужний туристичний концерн TUI. З 1998 р. TUI AG послідовно переъворився в інтегрований туристичний концерн. Купівля таких туристичних підприємств, як Hapag Lloyd Touristik Union (чартерні авіалінії) і Thomas Cook (туроператор) була першим кроком виходу підприємства на ринок. Наступним стратегічним кроком у діяльності концерну стало його об'єднання з англійським туроператором Thomson Travel Group у 2001 р.

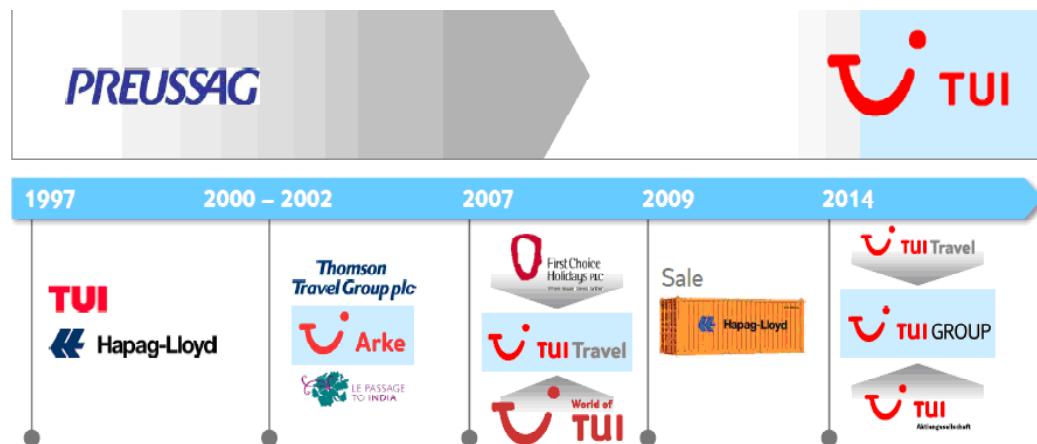


Рис. 1. Етапи формування TUI



Рис. 2 Частка ринку ТК «TUI Travel» у розрізі країн, %

Свою інтеграцію концерн поширив на всіх рівнях процесу створення та збуту організованої туристичної подорожі: від готелів, авіакомпаній до туристичних агенцій та регіональних агенцій з прийому туристів у багатьох країнах шляхом повної або часткової участі в капіталі цих підприємств, інтегрування.

TUI Group	
Оборот	€18.7 млрд.
Поточні надходження	€ 774 млн.*
Чистий прибуток	€ 284 млн.*
Кількість зайнятих	77,000 у 30 країнах

Рис. 3. Фінансова діяльність TUI

Станом на жовтень 2015 р. група TUIAG володіє трьома напрямками діяльності: TUITravel (туроперейтинг, продаж турів он-лайн, авіаперельоти тощо), у власності якого знаходяться 79 туроператорів у 18 країнах світу, і який обслуговує понад 30 млн. клієнтів на більш як 31 цільовому ринку, TUIHotels&Resorts (248 готелів у 30 країнах світу на 157 тис. місць, що діють під такими відомими марками, як Robinson, Riu, Grecotel, Grupotel, Iberotel та Dorfhotel і розміщені у найпопулярніших туристичних центрах) і TUICruises (що знаходитьться у власності TUIAGта американської корабельної компанії Royal Caribbean Cruises, флот якої нараховує 4 круїзні лайнери (два з них 5*, один — 4), але до 2018 року планується введення в експлуатацію ще 8 лайнерів).

З 2009 року TUI TravelPLC працює на ринку України, де представлено дві її франчайзингові мережі: «TUI-турагенство» (колишній «Вояж-Київ») та «Галопом по Європах». У рейтингу найбільших туристичних операторів України 2013 року TUI посідав 4-те місце.

Отже, вже сьогодні з упевненістю можна сказати, що TUI є глобальним інтегрованим туристичним концерном світового масштабу. І саме за такими гравцями світового туристичного ринку перші місця у рейтингах світової експансії.

Подібно до концерну TUI здійснюють вертикальну та горизонтальну інтеграцію й інші провідні європейські туристичні концерни — такі як Thomas Cook та Rewe Touristik, зміцнюючи свої позиції у багатьох країнах світу.

Thomas Cook Group plc (LSE: TCG.L) — британська туристична компанія. Штаб-квартира розташована в Лондоні.

Утворена 19 червня 2007 року в результаті злиття компаній ThomasCook AG і MyTravelGroup plc (Thomas Cook купила My Travel Group приблизно за \$ 5,5 млрд). У 2005 році в п'ятірку найбільших туристичних концернів Європи входили: TUI, Thomas Cook, MyTravel, Rewe Touristik, First Choice Holidays.

Після об'єднання у 2007 році німецького «TUI AG» і британського «First Choice Holidays» та поглинання німецьким концерном «Thomas Cook AG» англійського туроператора — «My Travel», на ринку Європи найбільшу роль стали відігравати саме ці два туристичні «гіганти».

Власне Thomas Cook AG веде історію з 1841 року, є першою туристичною компанією у світі, заснована на честь Томаса Кука, винахідника організованого туризму.

Сьогодні Thomas Cook Group — найбільша і найресурсабельніша на Британських островах туристична компанія. За своїми економічними показниками вона є другою в Європі і третьою у світі.

Фінансова діяльність Thomas Cook Group досить цікава. Усі фінансові операції компанії пов'язані із дочірніми (брэнди) компаніями.

Акції Thomas Cook Group котируються на Лондонській фондовій біржі (TCG) з 2008 року. Проте вже у кінці 2011 році акції Thomas Cook Group впали на 74 % після того, як керівництво оголосило про наміри взяти 100 млн. фунтів стерлінгів кредиту. Хоча лише у вересні підприємство взяло кредит на 100 млн. фунтів стерлінгів на 3 роки, в цей час борг компанії становив 900 млн. фунтів.

Ударом по бізнесу у 2011 році стало політичні сутички в Пн. Африці, щоб зменшити збитки компанія закрила 200 представництв в Британії та скоротила свій авіапарк на 6 лайнерів.

Вже у 2012 році фінансова ситуація змінилась на краще, оскільки Thomas Cook Group став офіційний представник Олімпіади в Лондоні.

Значному успіху компанія завдячує професійності його кадрів, а особливо раді директорів, яку очолює виконавчий голова Ф. Мейсман, головний виконавчий директор П. Фанкхаузер та головний фінансовий директор М. Хілі.

Відтак, у 2013 році фінансові показники діяльності Thomas Cook Group значно зросли (табл. 1.)

Таблиця 1
Фінансові показники діяльності Thomas Cook Group

Назва статті	Показники
Дохід	\$ 4,195 млрд
Коефіцієнт валового прибутку	13,8 %
Основний чистий прибуток	78 млн. £

Протягом 2013–2015 рр. компанія Thomas Cook Group була на шляху трансформації, створивши потужний імпульс для фінансового зростання. Обравши стратегію зростання — бізнес компанії став більш ефективним та більш стійким.

Виручка Thomas Cook Group за останні 2 роки надходить від сегменту на ринку становить: Великобританія і Ірландія — £ 2,586, континентальна Європа — £ 3,958, Північна Європа — £ 1,153, авіакомпанії Німеччини — £ 1,299.

Thomas Cook Group володіє авіакомпанією Thomas Cook Airlines (більше 100 літаків), у компанії відкрито 3000 туристичних офісів, частина з яких працює по франчайзингу, кількість працюючих: 22000, клієнтів 20 млн. Робить послуги під марками Airtours, Direct Holidays, Going Places, Manos, Panorama, Sunset і Thomas Cook.

Thomas Cook Group заснував такі відомі бренди як: Airtours, Hotels 4u, Club 18*30, Flexibletrips, Cresta, Escapades, Thomas Cook Tours, Thomas Cook Airlines, The co-operative travel, Pure Luxury, Thomas Cook sport, Net Flights, Directholidays, Thomas Cook Signature, Thomas Cook Cruise@Stay.

У червні 2015 р. компанія Thomas Cook Group оголосила про укладання угоди про співпрацю з Fosun International Limited («Fosun»), що дасть змогу брендам Thomas Cook Group вийти на китайський ринок. Спільне підприємство буде на 51 % належати Fosun і 49 % Thomas Cook (Fosun в основному займається виробництвом медичних апаратів).

Отже, характерними ознаками сучасних процесів транснаціоналізації світового ринку туристичних послуг є:

- інтегрованість туристичної галузі та взаємопов'язаність з багатьма секторами міжнародної економіки, транснаціоналізація туризму виявляється у функціонуванні транснаціональних корпорацій, стратегічних альянсів та глобальних союзів у виключно туристичному, готельному та транспортному секторах;

- в порівнянні низькі бар'єри входження в галузь зумовлюють проникнення в неї більшості підприємств як виробничої, так і сфери послуг;

- в умовах входження України до міжнародного економічного простору виникає необхідність утворення та ефективного функціонування національних конкурентоспроможних туроператорів, готельних ланцюгів та поступового включення провідних авіаперевізників до стратегічних альянсів.

Література

1. Бочан І. О. Технологія туристичної діяльності [Текст] : підруч. / І. О. Бочан, М. Ф. Цимбалюк, В. М. Цимбалюк. — Львів, 2011. — 419 с.
2. Александрова А. Ю. Міжнародний туризм [Текст] / А. Ю. Александрова. — М. : Аспект Прес, 2001. — 464 с.
3. Інтегрований туристичний концерн — сучасна форма туристичного підприємства в умовах глобалізації [Текст] : зб. наук. пр. / А. Гайдук // Регіональна економіка. — 2006. — № 2. — С. 204–211.
4. Любіцєва О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) [Текст]. — 2-е вид., переобр. та доп. — К. : Альтерпрес, 2003. — 436 с.
5. Мальська М. П. Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу [Текст] : навч. посіб. — К. : Центр. навч. літератури, 2004. — 272 с.
6. Методичні засади створення оптимальної міжнародної маркетингової стратегії підприємств туристичного бізнесу [Електронний ресурс] / І. Пурська // Вісник Львівського університету. Серія економічна, № 39. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2008. — Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2008_39/85.pdf.
7. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі [Електронний ресурс] / В. М. Зайцева, О. М. Корнієнко // Вісник Запорізького нац. ун.-ту. — 2012. — Вип. № 2(8). — Режим доступу: <http://web.znzu.edu.ua/herald/issues/2012/FViS-2012-2/055-65.pdf>.
8. Міжнародне співробітництво в сфері туризму [Електронний ресурс] / А. Г. Міщенко // Науковий вісник Київського гуманітарного ін.-ту. Серія: економічні науки. — 2008. — Вип. № 1. — Режим доступу: http://archive.nbuvgov.ua/Portal/Soc_gum/Vmnty/2011_2/19.pdf.

9. Особливості формування конкурентної стратегії підприємств на світовому ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] / І. Ю. Голод. — Режим доступу : <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/viewFile/450/438>.

10. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку [Електронний ресурс] / О. В. Булатова, Я. А. Дубенюк. — Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/bulatova3.htm.

11. Якубовський С. О. Транснаціональні корпорації: особливості інвестиційної діяльності [Текст] / С. О. Якубовський, Ю. Г. Козак, О. В. Савчук. — К. : Центр навчальної літератури, 2006.—488 с.

Подвірна К. Е., Бунко Е. Б.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОНЦЕРНОВ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье проведен общий анализ деятельности туристических концернов на мировом рынке туристических услуг. Рассмотрены транснациональные корпорации, действующие на мировом рынке туристических услуг. Определена специфика и проанализированы масштабы деятельности ведущих туристических концернов мира. Раскрываются причины возникновения, особенности формирования и деятельности туристических интегрированных концернов в условиях глобализации.

Ключевые слова: транснационализация, глобализация, мировой туристический рынок, internaцionalизация, интегрированный туристический концерн, международная туристическая деятельность, международный туристический бизнес.

Podvirna H. Ye., Buchko O. B.

TOURIST CONCERNS ACTIVITY UNDER CONDITIONS OF GLOBALIZATION

In the article, the overall analysis of the travel concerns activity in the global tourism market is conducted. Transnational corporations operating in the world travel market are considered. The specifics are pointed put and the scope of activities of leading travel corporations in the world is analyzed. The causes, especially the formation and operation of integrated tourism concerns in the context of globalization are disclosed.

Key words: transnationalization, globalization, world tourism market, internationalization, integrated tourism concern, international tourism activity, international tourism business.

УДК 338.48-44(1-22)

Кудла Назар Євгенович, к. е. н., доцент
Львівський інститут економіки і туризму

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПРИВАБЛИВОСТІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Розглянуто сучасний стан та проблеми несільськогосподарської діяльності у контексті соціально-економічного розвитку сільських територій, обґрунтовано вплив сільського розвитку на активізацію селянського підприємництва, локальний ринок праці, соціальний статус жінки, внутрішні інтеграційні процеси сільської громади, привернуто увагу до екологічної проблематики сільських територій.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток, сільський туризм, селянські господарства, сільські території

В Українській аграрній науці є достатньо напрацювань з теми соціального розвитку села, але цей розвиток в більшій мірі стосувався часів адміністративної системи управління і колективних форм ведення сільського господарства. Як доповнення соціально-економічного розвитку села і території загалом на сучасному етапі є сільський туризм. Сільський туризм не панацея і не вирішить глобальних інноваційних процесів на селі, а дасть можливість одержувати додаткові доходи, при незначних капітальних вкладеннях самих же селян. Законодавче визначення цієї форми сільського туризму і окреслення його складових частин є важливим з огляду майбутнє закріплення сільського туризму, як форми сільськогосподарської діяльності.

Сучасна агропромислова політика України орієнтована на різні сфери сільськогосподарської діяльності та розвиток сільських територій. Водночас частка продукції, вирощеної у селянських господарствах залишається значною й низько оплачуваною. За ринкових умов селяни намагаються одержати додаткові доходи, використовуючи наявні ресурси та засоби власного господарства, активізуючи свою діяльність у інших сферах, у тому числі наданні туристичних послуг. У зв'язку з цим важливим завданням є створення сприятливого соціально-економічного середовища, яке б дало змогу підвищити життєвий рівень місцевого населення, посилити мотивацію до праці, сприяти комфорtnому й присмному проведенню вільного часу.

Як стверджують науковці Львівського інституту регіональних досліджень, незважаючи на затверджені програми та схвалені концепції розвитку сільських територій у 1991–2011 pp., соціально-економічна й демографічна ситуація в сільських територіях Карпатського регіону суттєво погіршилася в усіх без винятку сферах [6, с. 20]. Останнім часом кризова ситуація посилюється внаслідок політичної та економічної нестабільності України. Основними альтернативними сільському господарству сферами діяльності можна вважати будівництво, торгівлю, соціальні й туристичні послуги. Однак їх розвиток ускладнюється, внаслідок низької щільності розселення мешканців сільських місцевостей, відсутності підтримки підприємницьких ініціатив та джерел інвестиційного забезпечення, нездовільного рівня функціонування виробничої, соціальної та транспортної інфраструктур, унеможливлення професійної підготовки, обмеженості фінансових ресурсів місцевих бюджетів, недоступністю інформаційного забезпечення тощо. Отже, альтернативні види діяльності внаслідок перелічених вище причин не мають змоги забезпечувати значну кількість населення достатніми доходами, і для деяких сільських мешканців є лише додатковим способом заробітку, який вони поєднують із веденням сільського господарства.

Мета статті — обґрунтувати значення сільського туризму у соціально-економічному розвитку сільських територій Карпатського регіону, визначити переваги, пов'язані

з прийманням гостей у селянському господарстві та залученням місцевої громади до обслуговування агротуристичного руху в контексті багатофункціонального розвитку сільських територій Карпатського регіону.

Надання туристичних послуг у сільській місцевості забезпечує передусім соціально-економічні вигоди власникам сільських садіб та іншим мешканцям села, позитивно впливає на розвиток сільських територій. У рекомендаціях круглого столу «Сільський зелений туризм як фактор сільського розвитку» було зазначено, що для сільських територій — туризм це не лише прибутково-комерційна діяльність, а й соціально-економічне явище, яке дає змогу і шанс відродження економіки села, збереження його традиційних цінностей та сільських громад. Саме з розвитком сільського туризму пов’язані такі можливості сільського розвитку, як [7]:

- диверсифікація економічної діяльності;
- забезпечення додаткового попиту та локально вироблені продукти;
- створення нових робочих місць;
- додатковий дохід для членів сільських громад з використанням власних можливостей та ресурсів селянського господарства;
- вирішення демографічної проблеми (молодь залишається на селі завдяки наявності цікавої та перспективної роботи);
- відродження традиційної культури, мистецтв та ремесел;
- збереження екологічного стану та привабливості довкілля внаслідок зниження техногенного виробничого впливу на природні ресурси;
- подолання просторової та соціальної ізоляції сільського населення, розбудова соціальних мереж та соціального капіталу на селі.

Отже, як зазначають учасники круглого столу, становлення та розвиток сільського туризму сприятиме системному вирішенню соціально-економічних проблем, пов’язаних із відтворенням трудового потенціалу в сільській місцевості, формуванням нових напрямів виробництва й реалізації сільськогосподарської продукції, підвищенням зайнятості сільського населення, зростанням його доходів та життєвого рівня.

Сільський туризм на противагу сільськогосподарській діяльності селянських господарств, є джерелом отримання додаткових чи альтернативних доходів. Матеріали наукових досліджень, проведених у 2006–2007 рр. у передгірських і гірських районах Нижньої Силезії, засвідчують, що доходи від надання туристичних послуг становлять близько 30–40 % сукупних доходів домогосподарств загалом. Так, І. Куртика зазначає, що доходи від ведення рослинництва чи тваринництва значно нижчі від несільськогосподарських і сягають приблизно 19–27 % [11, с. 141]. Середньорічний дохід на одне агротуристичне господарство у досліджуваному регіоні в середньому дорівнює 18–25 тис. злотих. Аналогічні зміни відбулися також у структурі доходів селянських господарств Івано-Франківської області, які надають туристичні послуги. Під час наукових досліджень В. В. Гловачкою у 2006 р. визначено середньорічний дохід селянського господарства від діяльності у сфері сільського туризму в сумі понад 24 тис. грн. [1, с. 9]. Отже, надання туристичних послуг у місцевостях привабливих своїми природними, культурними та історичними об’єктами має значні економічні переваги. До таких туристичних дестинацій можна віднести гірські й передгірські території Карпатського регіону зі значним туристичним потенціалом природного й антропогенного походження. Пропозиція послуг сільського туризму, особливо в атракційній місцевості, характеризується високою рентабельністю й швидким поверненням інвестованого капіталу, термін окупності якого, за різними підрахунками, становить 3–5 років.

Економічну ефективність надання туристичних послуг підтверджують результати наукового дослідження, реалізованого в окремих домогосподарствах Міжгірського ра-

йону Закарпатської області у 2015 р. Більшість опитаних господарів сільських садиб були переконані, що їхні доходи від агротуристичної діяльності є вищими, ніж від ведення власного селянського господарства. Понад 3/4 опитаних наголошували на її високій окупності, а лише кожен п'ятий визнав цю діяльність низько прибутковою, порівняно із сільськогосподарською. Отже, обслуговування гостей має економічне підґрунтя й може становити вагому частину доходу селянської родини.

Селянським господарствам задля збільшення доходу від надання туристичних послуг необхідно урізноманітнювати свою пропозицію, надавати гостям додаткові послуги. Це може бути катання на возі чи санях, навчання верхової їзди, організація піших походів з провідником, улаштування місця для приготування страв на вогнищі, майстер-класи з народних ремесел. Всі ці послуги генерують додаткові робочі місця, що, у своєму чергою спричинює ширшу туристичну пропозицію й стимулює сільських жителів до комплементарної стосовно сільського туризму діяльності.

Доходи отримані від надання туристичних послуг, можуть бути використані у різних сферах сільського господарства. Досить часто у селян виникають проблеми зі збуrom сільськогосподарської продукції. За умови ведення агротуристичної діяльності з'являються ширші можливості реалізації свіжих продуктів безпосередньо у місці перебування гостей або залучення додаткового каналу збуру за умови надання послуг харчування. Використання фруктів та овочів власного виробництва, особливо в місцях застосування біологічного землеробства, сприяє урізноманітненню сільського відпочинку, одночасно розширяючи привабливість власне агротуристичної пропозиції. Це відповідно зумовлює більш еластичне формування цінової політики у господарстві, зокрема підвищення вартості перебування.

Сільський туризм, як форма підприємницької активізації на сільських територіях, позитивно впливає на місцевий ринок праці; розширює сферу зайнятості сільського населення, передусім жінок не лише у виробничій сфері але й в сфері обслуговування; гарантує селянам додатковий заробіток. Дослідження представників спілки сприяння сільському зеленому туризму в Україні доводять, що агротуристична діяльність з надання тимчасового проживання й харчування та широкої пропозиції додаткових послуг сприяє створенню мінімум двох нових робочих місць, що припадає на одне селянське господарство. У деяких країнах Європейського Союзу, наприклад у Німеччині, визначено, що на 10 ліжко-місце наданих туристам для тимчасового проживання, у середньому припадає два три робочих місця. У Великій Британії сільський туризм створює 23 робочих місця на кожні 100 тис. фунтів доходу від наданих туристичних послуг, а завдяки розширеній пропозиції призводить до додаткового залучення від чотирьох до шести працівників [10, с. 43]. Додаткове працевлаштування у сільському туризмі отримують члени сільської родини.

Можливості створення нових робочих місць завдяки сільському туризму підтверджують власники сільських садиб, що надають туристичні послуги. Згідно з проведеними дослідженнями понад 11 % підприємливих селян визнають сільський туризм джерелом створення нових робочих місць. Розвиток агротуристичної пропозиції, передусім спортивно-рекреаційної, змусить власників сільських садиб кооперуватися з іншими підприємцями у регіоні, які пропонуючи супутні послуги й товари, створюватимуть нові робочі місця. Поширення агротуристичної діяльності впливає на зростання потреб на інші послуги, у тому числі торговельні, транспортні, комунікаційні, банкові, а також комунальні (вивіз сміття, охорона здоров'я та правопорядку). Отже, починає діяти так званий ефект лавини [5, с. 10], який приводить в рух місцеву господарську інфраструктуру й активізує професійно активне населення. На жаль тривала політична,

економічна, демографічна, соціальна криза здійснює негативний вплив на розвиток малого підприємництва у сільській місцевості, спричинюючи значні міграційні процеси сільського населення продуктивного віку до міст та трудову імміграцію.

Наукові спостереження засвідчують, що надання туристичних послуг позитивно впливає на соціально-психологічну сферу села. Прийняття гостей вимагає від селянської сім'ї постійного підвищення знань й вдосконалення навичок необхідних для обслуговування туристів (володіння іноземними мовами, створення незабутньої атмосфери, цікаві пропозиції щодо організації вільного часу, приготування ексклюзивних страв). В умовах зниження вартості національної валюти, існування конкуренції та ринку агротуристичних послуг та поступового розвитку цієї сфери існує велика ймовірність приїзду в карпатські села іноземних туристів з Польщі, Словаччини, Чехії, Білорусі, Молдаві, Угорщини та Румунії — країн, що географічно, культурно, ментально наближені до України. Спілкування з туристами, в тому числі іноземними, дає можливість навчатися толерантності й поваги до інших культур, впливає на верифікацію поведінки стосовно іноземців (наприклад, прояви ксенофобії, расизму), спонукає до поглиблення знань про сусідні регіони й країни.

Туристи, які відвідують сільські садиби Карпатського регіону, є представниками різних суспільних угруповань, культур, віросповідань. Вони духовно збагачують місцеву спільноту. Сільські жителі отримують різномірну актуальну інформацію, відкриті для сприйняття зовнішнього середовища й нових викликів. Завдяки цьому вони стають більш сучасними, поважними й впевненими, що схиляє їх до відкритості й сміливості та бажання продемонструвати приїжджим історичні й духовні цінності свого народу. У такий спосіб сільські жителі мотивовані до набуття глибших знань про свою місцевість, традиції, історію, культуру, природу, що, своєю чергою спричиняє шанобливе ставлення передусім молоді до своєї землі та нащадків. Сільські господарі, приймаючи туристів, мають нагоду представити своє господарство, околицю й регіональну спадщину. Вони можуть відтворити ритм життя сільської родини, ознайомити або залучити гостей до сільськогосподарських робіт, представити культурні цінності села, що сприятиме кращому розумінню непорушності місцевих традицій, звичаїв. Отже, культурно-освітній обмін, який відбувається у селянському господарстві, чинить позитивний вплив на обидві сторони цього процесу.

Управління туристичним бізнесом змінює взаємовідносини у самій селянській родині. Проведені дослідження засвідчують, що жінки на селі більше зацікавлені у зростанні дохідності, ніж у поліпшенні умов праці. Це доводить існування у сім'ях поділу праці між жінкою і чоловіком [8, с. 45]. Завдяки організації агротуристичної діяльності й надання послуг змінюється роль і позиція сільської жінки. Переважна більшість опитаних жінок назначали, що заняття новою господарською діяльністю спричинило перерозподіл сімейних обов'язків, що спонукало інших членів селянської родини до виконання робіт, які до того часу виконували переважно жінки. Така активність зменшила затрати часу на ведення домогосподарства й надала жінкам можливість реалізувати власні плани, повірити у себе й власні уміння. За таких обставин змінюється позиція жінки у сільському середовищі, яке змушене звикати до того, що жінки можуть бути незалежними й активними. Отже, сільський туризм позитивно впливає на зміни в ієрархії цінностей українського села.

Агротуристична діяльність позначається на внутрішніх інтеграційних процесах сільської громади. Необхідність задоволення різноманітних потреб гостей вимагає від власників сільських садиб спільніх зусиль задля пропозиції більш привабливого продукту сільського туризму як у кількісному, так і у якісному вимірі. У зв'язку з цим

можна вжити термін «соціальне партнерство», яке за визначенням Т. П. Кальни-Дубінюк є механізмом взаємодії між суб'єктами управління з метою вирішення соціальних питань на взаємовигідних умовах [2, с. 72]. Таке партнерство за умови надання туристичних послуг впливає не лише на рівень інтеграції сільських жителів задля задоволення потреб гостей, а й активізує та зміцнює почуття принадлежності до місцевої спільноти чи етнічної групи.

Поряд з наведеними соціально-економічними аспектами розвитку сільського туризму можна виокремити ще один, який проявляється у турботі місцевих жителів про зовнішній вигляд села та його околиць. Присутність туристів у селянських господарствах спонукає господарів впорядкувати прибудинкову територію, навести лад, подбати про естетику подвір'я. Турбота про довкілля поширюється на регіональну культурну спадщину — локальну архітектуру, об'єкти матеріальної культури, ремесла, народне мистецтво, регіональну кухню. Завдяки сільському туризму в багатьох місцевостях Карпатського регіону можна спостерігати поступову реставрацію старих будинків, передусім дерев'яних, їх пристосування до нового використання. З одного боку це надає привабливості селу й підвищує сприйняття культурних аспектів сільськими жителями, з іншого — є джерелом отримання додаткових доходів. У такий спосіб сільський туризм спричиняє ревіталізацію сільських територій у матеріальній і духовній сферах.

Отже, як випливає з вищепередного, сільський туризм є джерелом цінних ознак (вигод), як для селянського господарства, так і для гостей чи туристів. Основні з них наступні [4, с. 20]:

Для господарства і села:

- використання вільної житлової площа;
- додатковий дохід;
- робочі місця;
- поліпшення сільської інфраструктури;
- активізація сільської громади;
- інтеграція сільського середовища;
- збереження культурної спадщини;
- поліпшення естетики села;
- контакт з іншими культурними носіями;
- особистий розвиток мешканців села.

Для гостей чи туристів:

- активний відпочинок на селі
- пізнання виробничого циклу з вирощування й переробки продуктів харчування;
- споживання свіжих продуктів харчування;
- контакт з тваринами;
- участь життєвому ритмі селянської родини;
- спілкування з місцевими жителями;
- пізнання культури регіону;
- здобуття нових умінь;
- безпосередній контакт з природою.

Поряд із соціально-економічними аспектами агротуристична діяльність селянських господарств опосередковано містить екологічну проблематику, до якої належать:

- охорона природного середовища шляхом популяризації форм туризму приязніх довкіллю (агроекотуризм);
- ведення агротуристичної та сільськогосподарської діяльності за принципами збалансованого та багатофункціонального розвитку;
- розвиток біологічного, екстенсивного землеробства й популяризація екологічних продуктів харчування;
- розвиток інфраструктури задля підтримки екологічно-орієнтованих видів туризму;
- збереження й утримання інтегральності сільських краєвидів.

Проблематика екологічної свідомості селян є відповідальністю за стан довкілля у досліджуваному регіоні залишається відкритою. У процесі визначення профілю ефективності розвитку сільського туризму Г. І. Шимечко зазначала, що власники агротуристичних господарств питанням покращення екологічної ситуації й екологізації сільськогосподарського виробництва надають найменшого значення [9, с. 84]. Суб'єктам з надання туристичних послуг варто усвідомити, що екологічні ознаки туристичного

продукту є складовими його якості, які чинять на неї істотний вплив. У недалекому майбутньому проблематика чистого середовища буде визначати доцільність існування туристичної сфери та конкретних суб'єктів. Це підтверджує той факт, що більшість туристів надають перевагу перебуванню на об'єкті, який функціонує у гармонії з природним середовищем, за умови доступності ціни, розміщення і якості послуг.

Необхідно зазначити, що наведені вище переваги й значення сільського туризму впливають на привабливість села у широкому значенні, як місця відпочинку і рекреації для туристів, місця проживання місцевої спільноти, а також місця залучення ресурсів вітчизняних та іноземних інвесторів.

Варто зауважити, що переваги від надання туристичних послуг у сільській місцевості вирізняють сільський туризм з-поміж інших видів несільськогосподарської діяльності як одну з найбільш перспективних виробничих сфер, що активізують підприємництво, креативність й інноваційність сільських громад. За твердженням експертів відділу прогнозування та моделювання розвитку регіону ІРД НАН України, ведення сільського господарства у Карпатському регіоні, як основного виду економічної діяльності, є неорганізованим та неефективним, а також характеризується значними диспропорціями внаслідок відсутності активного державного регулювання та стимулювання необхідних реформ та змін. Без активного розвитку альтернативних видів економічної діяльності на селі, впровадження інновацій буде суттєво обмежене [3, с. 32]. Диверсифікація діяльності селянських господарств у сферу надання різноманітних послуг має здійснюватися на принципах багатофункціонального сільського розвитку. Йдеться про те, щоби кожна сфера регіональної економіки, від сільського і лісового господарства, із залученням народних ремесел, дрібної переробки продуктів рослинництва, тваринництва й лісового господарства, громадське обслуговування і до туристичних послуг взаємно, гармонійно доповнювалися, обумовлюючи збалансований розвиток регіону. Сільський туризм, незважаючи на його сезонний характер, може посісти в тому процесі особливе, але не провідне місце.

Становлення повноцінного соціально-економічного середовища сільських територій має бути предметом особливої уваги в региональних програмах розвитку областей Карпатського регіону й загальної аграрної політики України. Надання туристичних послуг у сільській місцевості Карпатського регіону має свою історію й посідає провідне місце на ринку, успішно конкуруючи з іншими сферами діяльності. У соціально-економічній площині сільський туризм стає привабливим не тільки для локальної спільноти, а й для інших інвесторів.

Література

1. Гловачка В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму [Текст] : автореф. дис. канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / В. В. Гловачка. — Житомир, 2008. — 20 с.
2. Кальна-Дубінюк Т. П. Соціальне партнерство в сільській місцевості з використанням потенціалу дорадчих служб [Текст] / Т. П. Кальна-Дубінюк, М. В. Бесчасна // Економіка АПК. — 2015. — № 7. — С. 71–76.
3. Концептуальні засади інноваційного розвитку сільських територій у посткризовий період: на прикладі Карпатського регіону України [Текст] / Борщевський В. В., Куліш І. М., Шевчук Я. В. та ін. — Л. : ІРД, 2012. — 57 с.
4. Кудла Н. Є. Визначення поняття агротуризму та його складових частин [Текст] / Н. Є. Кудла. // Мат. всеукр. наук.-прак. конфер. «Проблеми пореформенного розвитку агропромислового виробництва та основні напрями їх розв'язання». — Хоростків, 2004. — С. 17–23.
5. Маєвський Я. Агротуризм [Текст] / Я. Маєвський ; пер. з пол. Н. Кудли. — Л., 2005. — 78 с.

6. Проблеми та перспективи розвитку сільських територій України (на прикладі Карпатського регіону) [Текст] / Борщевський В. В., Притула Х. М., Крупін В. Є., Куліш І. М. ; наук. ред. В. В. Борщевський. — Л. : Ін-т регіон. досліджень, 2011. — 60 с.
7. Рекомендації круглого столу «Сільський зелений туризм як фактор сільського розвитку» (Опішня–Диканька Полтавська область 15–16 серпня 2015 р.) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/english/node/385>.
8. Саблук Г. І. Роль жінки-селянки в соціальному аспекті розвитку сільських територій [Текст] / Г. І. Саблук // Економіка АПК. — 2015. — № 10. — С. 43–48.
9. Шимечко Г. І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика [Текст] / Г. І. Шимечко, Г. В. Черевко. — Л. : Ліга-Прес, 2009. — 205 с.
10. Duczkowska-Malysz K. Nowe funkcje obszarów wiejskich / K. Duczkowska-Malysz // Better Policies for Rural Development, OECD Dokument. — Paris, 1996. — S. 41–42.
11. Kurtyka I. Aktywnosc gospodarcza wlascicieli gospodarstw agroturystycznych w powiecie kłodzkim / I. Kurtyka // Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Rolnictwa i Agrobiznesu. — 2008. — T. 10. — S. 140–151.

Кудла Н. Е.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КАРПАТСКОГО РЕГИОНА

Рассмотрено современное состояние и проблемы несельскохозяйственной деятельности в контексте социально-экономического развития сельских территорий, обосновано влияние сельского развития на активизацию крестьянского предпринимательства, локальный рынок труда, социальный статус женщины, внутренние интеграционные процессы сельской общины, привлечено внимание к экологической проблематике сельских территорий.

Ключевые слова: социально-экономическое развитие, сельский туризм, крестьянские хозяйства, сельские территории.

Kudla N. Ye.

SOCIALAND ECONOMIC ASPECTS OF THE ATTRACTIVENESS OF RURAL TOURISM IN THE CARPATHIAN REGION

The current status and problems of non-agricultural activities have been considered in the context of social and economic development of rural areas, the impact of rural development on enhancing peasant entrepreneurship, the local labour market, the social status of women and internal integration processes in rural communities have been substantiated and attention to environmental problems in rural areas has been drawn.

Keywords: social and economic development, rural tourism, farm households, rural areas.

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

УДК 685.65

*Луців Наталія Василівна, к. т. н., доцент,
Тис Марія Стефанівна, асистент,
Львівський інститут економіки і туризму*

**ОГЛЯД ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ,
ЩО ЗАСТОСОВУЮТЬСЯ У ВИРОБНИЦТВІ ЛІЖ**

У статті проаналізовано основні інноваційні технології, що застосовуються у виробництві лиж, визначено основні напрями формування їх сучасного асортименту. Обґрунтовано, що сучасні лижі — це складний інженерний витвір, в якому поєднані сучасні матеріали та новітні технології виробництва.

Ключові слова: лижі, технології, фізико-механічні властивості, вага, геометрія, жорсткість, міцність, віброгасіння, конструкція.

Сьогодні в світі є дуже популярним лижний спорт, а гірськолижний туризм стає одним з найпопулярніших видів активного відпочинку. Для України також характерні такі тенденції. Гірськолижний туризм великою мірою відповідає сучасним соціально-економічним реаліям. Він є престижним, дає змогу цікаво, винахідливо і корисно для здоров'я проводити вільний час. Крім того, віковий і соціальний діапазон цього виду активного відпочинку дуже широкий [5].

Зважаючи на стрімкий розвиток гірськолижного туризму, значно зросли і вимоги до спорядження для занять лижним спортом, передовсім вимоги до лиж. Провідними виробниками лиж у світі є компанії «Salomon» (Франція), «Fischer» та «Atomic» (Австрія), «Nordica» (Італія), «Volkl» (Німеччина). Кожен виробник постійно вдосконалює свою продукцію, розробляючи нові технології, матеріали та конструкції лиж і щорічно випускає нові моделі лиж з покращеними характеристиками.

Проблеми формування асортименту та дослідження споживчих властивостей лиж знайшли своє втілення у наукових працях С. Антонова, М. Пітина, О. Шай, В. Капаціли [1], Т. Софілканич [8]. Проте це питання є ще мало дослідженим і потребує створення наукових зasad формування асортименту і якості лиж.

Метою дослідження є визначення основних напрямів формування сучасного асортименту лиж. Предметом дослідження є сучасні лижі провідних виробників світу.

В еволюційному розвитку лиж слід згадати про подію, яка фактично дала народження гірським лижам, що сталася в 20-х роках ХХ століття, коли австрієць Р. Легтнер перший прибив на ребра дерев'яних лиж металеві смужки — канти. Саме канти дозволили надійно управляти лижами на спусках. Окантовані лижі добре чіплялися за схил, давали можливість регулювати ковзання і траєкторію дуги в повороті. Також це перешкоджало сточуванню дерева лиж об фірн (жорсткий твердий сніг, який часто утворюється в горах, інколи з вкрапленнями дрібних льодових кристалів) і дозволяло впевненіше керувати лижами [1, с. 12].

За останні 20 років сучасний ринок лиж зазнав значних змін, що викликані появою нових матеріалів. Деревину замінив пластик, змінилися характеристики лиж — вони стали легшими завдяки стельниковим або іншим синтетичним наповнювачам, краще ковзати завдяки пластику.

Сучасні лижі — це складний інженерний витвір. Сьогодні для їх виробництва використовуються понад 40 компонентів — різні породи деревини, пластик, гума, смоли, склопластик, надміцні волокна (кевлар, вуглеволокно на основі кристалів вуглецю, кварцове волокно на основі кристалів кремнію, сучасні авіаційні сплави (наприклад, сплав титану та алюмінію (титанал)), композитні матеріали, стельникові конструкції, різноманітні пластмаси, високолеговані сталі, фарби, розчинники тощо [8, с. 134]. Так, наприклад, у спортивних лижах Fischer використовується ультралегкий і надзвичайно міцний високотехнологічний матеріал Aircarbon, що прийшов з аерокосмічних технологій [3]. Все це забезпечує унікальність фізико-механічних властивостей лиж.

Основними характеристиками сучасних лиж є вага, жорсткість і якість ковзання, а також геометрія лижі. Розглянемо основні новітні технології, що застосовуються у виробництві лиж для вдосконалення цих параметрів.

Першим досягненням в області зниження ваги був перехід від «сендвічної» системи в конструкції лиж до технології повітряних каналів. Технологія повітряних каналів передбачає наявність в дерев'яному сердечнику лижі пустот у вигляді каналів або сот. При цьому міцність лижі не зменшилась, а вагу лижі вдалося значно скратити. Цю технологію під різними назвами використовують практично всі провідні виробники лиж.

Наступним кроком на цьому шляху стала технологія CAP, яка з'явилася на початку 90-х років. CAP — це спосіб виготовлення лижі, коли сердечник і ковзну поверхню ніби «накривають кришкою». Пластиковий кожух таких лиж захищає виріб по всьому периметру, надаючи лижам високої міцності та торсійної жорсткості. Ця технологія відкрила шлях до застосування різних високотехнологічних матеріалів. Поверхня лиж, яка стикається зі снігом, виготовляється з екструдованого поліестеру. Специфічним елементом в будові ковзної поверхні є насічки, які усувають просковування лиж під час руху по снігу. Основний компонент сердечника — переклеєна деревина з повітряними каналами. Так само в осерді використовують пінополіуретан, поєднання його з деревиною дозволяє виготовити лижу будь-якої ваги, персонально під споживача. У виробництві гоночних лиж застосовують карбонове волокно і стельниковий сердечник. Це надає лижам високої міцності і гнучкості. Для ковзного покриття гоночних лиж використовують синтезований поліетилен надвисокої молекулярної маси.

Основний принцип CAP-системи в тому, щоб кришка забезпечувала основну жорсткість конструкції. Це відбувається завдяки наявності ребер жорсткості. Конструкція CAP може бути застосована як у лижах для спортсменів-початківців, так і для професіоналів. Завдяки цим технологіям сучасна пара лиж має масу менше 1 кг. Найбільших успіхів на цьому шляху досягли фірми «Fisher» і «Madshus». Їх топові лижі «Fisher RCS Carbonlite» і «Madshus Nanosonic Carbon Sk R» є прикладом високотехнологічного продукту, хоч і мають цілком звичний вигляд [6].

Помітним досягненням в конструкції гірських лиж стала поява «монококу». Ця конструкція, вперше запропонована французькою фірмою Salomon, складається з несучого цільноформованого верхнього профілю, який в комбінації з нижньою пластиною виконує основні динамічні функції лижі. На відміну від традиційних «сандвічів» і «капів», «монокок» — це несуча замкнута конструкція, що визначає основні робочі характеристики лижі. Тип внутрішнього заповнення лижі відіграє другорядну роль. За значної торсійної жорсткості лижі мають легку вагу і м'яко йдуть по дузі [7]. Ця конструкція

була швидко освоєна в різних модифікаціях практично всіма провідними виробниками лиж. Ідею «монокока» почали використовувати в поєднанні з іншими конструктивними елементами: торсійною коробкою (фірма K2), сендвічем (Dynastar), бічними стінками (Rossignol).

Варто відзначити, що всі зусилля виробників в даному напрямку приносять пересичному споживачеві відчутну користь, оскільки навіть недорогі моделі лиж виготовляють за сучасними технологіями, завдяки чому їх властивості з кожним роком вдосконалюються.

Наступний параметр лиж — жорсткість. Жорсткість носка й п'ятки лижі впливає на результат — до такого висновку прийшли фахівці фірми Fischer, провівши безліч тестів. Зниження інертних вібрацій носка й п'ятки лижі вдалося домогтися за рахунок використання високоміцних ламінатів, карбону і особливої форми носка й п'ятки (технології Speed TIP / TAIL і Carbon TIP / TAIL) [7]. Також за рахунок нових матеріалів (денсоліт у Atomic, карбон у Fischer і Madshus, Isocell у Salomon) і технологій побудови сердечника вдалося домогтися загальної жорсткості лижі.

Інженери-розробники Fischer виявили 6 критичних точок коливання в лижі, і щоб зменшити вібрацію в цих точках, в них посилили матеріал структури FT. Таким чином, небажана вібрація на лижі Fischer завдяки технології FFT (Frequency Tuning Frame) врівноважена. Лижа їде більш стабільно. Це особливо важливо у професійному спорту, де найдрібніші деталі впливають на перемогу або на поразку [3].

Для надання лижам більшої міцності до їх конструкції вводять різноманітні підсилюючі елементи — шари бамбуку, ламінату із титанового сплаву, композитних матеріалів, армування канів тощо. Крім того, в карвінгових лижах Salomon використовується гіbridна технологія (Hybrid technology), в якій застовуються підсилюючі композитні шари різної структури — в задній частині лижі використовується поздовжня структура, а в передній — діагональна хрестоподібна. Лижи такої гібридної конструкції характеризуються високою універсальністю техніки катання. Завдяки високій торсійній жорсткості передньої частини лижі забезпечуються високі карвінгові властивості — легкий і точний вхід в поворот. Поздовжня структура задньої частини лижі забезпечує природну здатність лижі до переходу до пригальмовування за необхідності [7].

Компанія Fischer застосовує спеціальну технологію загартування металевих канів гірських лиж Plasma Edge, завдяки чому ці кані є найміцнішими в світі. Кані Plasma Edge дають максимум безпеки на будь-якій швидкості, особливо на дуже жорстких і кривих схилах [3].

Для погашення вібрацій в лижах Salomon використовується система активного віброгасіння PowerLine, яка радикально покращує контакт лиж зі снігом, дозволяючи більш чітко контролювати швидкість. Система являє собою платформу, з'єднану з лижею опорними елементами, що забезпечують амортизацію і демпфірування вібрації. Залежно від призначення лиж використовуються три різновиди цієї системи - powerline race, powerline on-piste та powerline all-mountain.

Для демпфірування (амортизації) канта в лижах Salomon застосовується технологія Pulse Pad. За своєю суттю це сендвіч, що розташований безпосередньо над кантом і складається з двох шарів термопластика і шару еластомеру між ними. Pulse Pad покращує роботу лижі. Ця технологія забезпечує демпфірування (амортизацію) канта без втрат енергопередачі, тому лижі краще ковзають. Крім того, покращується контакт канта з поверхнею (мікрорельєфом) по довжині всієї лижі. Тому лижі краще «тримаються» на жорсткому схилі, поліпшуються карвінгові властивості лиж (здатність лиж «зарізатися» в схил і повернати без бічного проковзування канів) [7].

Аналогічні технології під різними назвами та з окремими відмінностями в конструкції застосовуються практично всіма провідними виробниками. Так, в лижах Rossignol застосовуються технології віброгасіння IPS, VAS, TWIN VAS, FAT.

IPS (Independent Pressuring System) — це технологія, в якій поєднано віброгасильні елементи, спеціальну структуру лижі і вбудовану композитну платформу. Ключовим елементом концепції спортивних лиж є система незалежного розподілу навантажень в повороті на різні канти. Завдяки особливій формі платформи та інтегруванню платформи в саму структуру лижі навантаження на праву і ліву частину лижі розподіляється незалежно. Вставки віброгасильних елементів в платформу істотно підвищують комфорт під час катання навіть по розбитому і жорсткому схилу. Спеціальна структура передає зусилля лижника по всій поверхні лижі. VAS (Vibration Absorbing System) — система віброгасіння, вбудована в носок і в п'ятку лижі Rossignol. TWIN VAS — подвійна система віброгасіння — віброгасильні елементи вбудовуються в платформу лиж, створюючи ефект «лімузина», комфорту під час катання навіть по розбитому і нерівному схилу. FAT (Free Absorber Technology) — сталеві вставки в центральну частину лиж під кріплення і вставки з віскоеластіка для віброгасіння [3].

В багатьох моделях лиж застосовуються зовнішні системи управління жорсткістю лиж. Так, на деяких моделях лиж Salomon встановлено систему важелів Prolink, що розташована перед кріпленням і на заднику лижі. Основні елементи цієї системи — важелі і активний елемент (еластомер). Важелі жорстко закріплені з одного боку і упираються в активний елемент з іншого. Система Prolink активно управлює жорсткістю лижі залежно від потужності їх завантаження, гасить коливання і удари, викликані нерівностями рельєфу, збільшуючи контакт ковзної поверхні зі снігом і забезпечуючи додаткове віброгасіння. [3]

У лижах австрійської фірми Atomic використовується система Beta 5 — силові важелі, що входять всередину лижі, можуть вільно переміщатися всередині корпусу аналогічно амортизатору у велосипедній вилці. Навіть при екстремальному прогині лижі зберігається постійний контакт кантів зі снігом. Чим більш нерівна поверхня, тим активніше працює система. Beta 5 також може абсорбувати негативні вібрації, перетворювати і передавати їх в силові канали, покращуючи ковзання. Найновішою з Beta-технологій є система Nanoframe. Спеціальна рамка, виготовлена із застосуванням нанотехнологій, кріпиться на плоску легку основу лижі. Замкнений контур на носку забезпечує високу торсійну жорсткість, а відкритий контур на п'ятці — меншу. Забезпечується легкий вхід в поворот і комфортний легкий вихід з нього [3].

Для підвищення комфортності та безпечності катання на лижах провідних виробників лиж встановлюються інтерфейсні платформи. Так, основним конструктивним елементом платформи Smartrak в лижах Salomon є трансмісійна рейка. З одного боку (в зоні переднього кріплення) рейка жорстко закріплена на платформі, а з іншого вільно ковзає по довжині лижі під час її прогину. Заднє кріплення фіксується на рейці і також може вільно переміщатися по довжині лижі. Задня і передня частини платформи розділені (незалежні) і між ними знаходитьться трансмітер — елемент з пружного матеріалу, що забезпечує правильні вигин і енерговіддачу лижі (зокрема, запобігає надмірному прогину лижі). Оскільки трансмісійна рейка має мінімальну товщину, вона не впливає на прогин лижі. Мінімальний вплив черевика на прогин лижі також підвищує безпеку роботи кріплень системи Smartrak. Обмеженням звичайних систем є наступна обставина. При падінні на великий швидкості, в момент, коли кріплення повинні спрацювати (щоб мінімізувати ризик травми), можливий сильний прогин лижі. У результаті сильно збільшується тиск на переднє кріплення, що збільшує зусилля спрацьовування кріплень

і ускладнює нормальне спрацьовування. Конструкція Smartrak практично усуває дану проблему. Залежно від рівня перерозподілу енергії на периферію лижі і динаміки катання розроблено декілька конструктивних реалізацій системи: Smartrak Grip, Smartrak Grip Plus, Smartrak Control і Smartrak Prolink [7].

Система Pilot в лижах Salomon — це інтеграція лижі і кріплення в єдиний механізм, що дозволяє незалежно від розміру лижного черевика і постановки кріплень зберегти всі функціональні характеристики лижі, закладені при проектуванні. Кріплення не впливають на природну здатність лижі прогинатися по дузі.

Система ITF — нові інтерфейсні платформи Salomon. ITF Fast являє собою активну карвінгову платформу, що покращує карвінгові властивості лиж, і призначена для трасового катання. ITF Free призначена для більш універсальних лиж для катання в різних сніжних умовах. Системи ITF попередньо встановлюються на лижі, і кріплення просто вставляються в положі, наявні на інтерфейсних пластинах. Відповідно, є можливість швидкого перенастроювання кріплення під різний розмір черевика і індивідуальне центрування положення кріплення по довжині лижі [7].

Motion — розробка німецької компанії Volkl, що являє собою з'єднання кріплення і лижі в інтегровану систему. Вона складається з трьох частин: лижі, рейки і кріплення. Напрямні рейки вмонтовані в тіло лижі і являють з нею єдине ціле. IPT Motion (Internal Power Technology) — система, завдяки якій установка кріплень займає декілька секунд. Кріплення ставиться зверху в спеціальні пази на лижі, зсувається на 4 см вперед, і штифтом, який розташовується в задній частині кріплень, легко фіксується [3].

В лижах Fischer застосовується система інтеграції лижі і кріплення Railflex2. Кріплення Railflex ідеально підходять для лиж і можуть бути встановлені за лічені секунди. Завдяки спеціальній конструкції пластина ідеально відповідає лінії гнучкості лижі [3].

Ще одним з найважливіших параметрів лиж є якість ковзання. Мабуть, для споживача він є найголовнішим під час вибору лиж. Нижня частина лижі — ковзна поверхня — складається з складної комбінації різних сортів поліетилену з різноманітними добавками, наприклад, графіту (чорна ковзна поверхня) або фторвуглецю (кольорові вкраплення на пластику), що «впікається» в структуру пластика.

Великого поширення набули «чорні підошви», в яких до матеріалу ковзної поверхні додішані найдрібніші графітові добавки, що надають їй чорного кольору і поліпшують ковзання на довгих трасах за відсутності змащення. Електропровідність нового матеріалу на відміну від чистого поліетилену така, що на підошві у меншій мірі накопичується електростатичний заряд, що притягає до себе найтонші крижані кристали зі сніжної поверхні траси і утруднює ковзання. Крім того, такі підошви менше забруднюються (бруд теж погіршує ковзання). Однак на такій поверхні гірше зберігається мазь, що призвело до створення комбінованих підошв, у яких на графітовій поверхні є вкраплення поліетилену.

Залежно від рівня моделі лиж і їх функціонального призначення застосовуються різні графітові ковзні поверхні від жорстких і слизьких спортивних графіто-галієвих ультрависокомолекулярних до звичайних високомолекулярних, що застосовуються в дитячих лижах.

До 2007 року високомолекулярні пластики для виробництва всіх лиж у світі виготовляли дві-три фабрики. Виробники лиж закуповували сировину і згодом доводили вже готові лижі за допомогою різних технологій обробки ковзної поверхні (алмази, абразивні камені), домагаючись оптимальної структури або так званої «бази». Окремо можна сказати про фірму Madshus, що застосувала нанотехнології у виробництві бази — P190 Nanobase.

Новинкою в цій галузі є смола Hybtonite. Це теж продукт нанотехнологій. Секрет даної смоли в тому, що вона складається з найтонших (1/10000 товщини людської

волосини) карбонових нанотрубок, покладених особливим чином і з'єднаних молекулями епоксидної смоли. Найважливішими якостями даного матеріалу є міцність і легкість. Лижі із застосуванням смоли Hybtonite випускає фінська фірма Peltonen. [3]

На ковзну поверхню наноситься структура — система насічок, що поліпшує ковзання. В бігових лижах австрійської компанії Atomic структура наноситься не тільки на ковзну, але і на зовнішню і бічну поверхню лижі. В результаті зменшується тертя при будь-яких снігових умовах, а сніг не прилипає до лижі [10].

По краях ковзної поверхні на ребрах закріплена сталеві канти, що відіграють головну роль в управлінні лижею. В окремих моделях лиж, в основному спортивних та експертних, здійснюється фабрична заточка кантів під спеціальними кутами як «по базі», так і з боку бічних стінок лижі. Верхній декоративний шар («сорочка») і бічні грані захищають лижі від механічних пошкоджень.

Сучасні лижі мають вигин у вертикальній площині у формі арки (camber) для створення рівномірного тиску на сніг по всій довжині лижі в момент поштовху. Завдяки цьому та новим матеріалам з'явилася можливість робити лижі однієї тієї ж довжини з різною жорсткістю (soft, medium or hard camber) — для людей однакових на зріст, але різної ваги.

Для катання по глибокому і пухкому снігу використовуються лижі форми rocker (зворотний прогин лижі). Концепція зворотного прогину «рокер» розвивалася поступово — від простої ідеї спливати в глибокому снігу, як на водних лижах, до зовсім нових можливостей на найрізноманітнішому рельєфі. Задергий ніс, прогинаючись, дозволяє легко плисти по пухкому снігу, а також продавлювати зверху снігову скоринку. Залежно від призначення лиж, властивостей лижної траси та уподобань лижника лижі із зворотним прогином випускаються кількох різновидів. Так, французька фірма Salomon випускає лижі форми «рокер» 4 геометричних різновидів — hybrid twin rocker, all terrain rocker, full twin rocker та carve rocker [7].

Значні зусилля виробників лиж спрямовані на вдосконалення фори носкової частини лиж. На відміну від традиційних носків, носок 3D Stealth, що застосовується в деяких моделях лиж Salomon, покращує виброгасильні властивості лиж і дозволяє більш гладко долати нерівності завдяки ефекту «перекочування».

Традиційно в гірських лижах застосовується X-подібна геометрія. Нова V-подібна геометрія лиж Salomon BBR відрізняється розширенням серфового носка в поєднанні із звуженою талією і п'яткою лижі. В таких лижах носок лижі ширший за п'ятку як мінімум на 32 мм. V-подібна геометрія лиж забезпечує більш значну прогресію геометрії бічного виризу в порівнянні з традиційною. Це дозволяє легше входити в поворот, більш ритмічно виконувати зв'язки поворотів. Геометрія носка і п'ятки лиж забезпечує ефективне спливання в свіжому снігу і відкриває відмінні можливості для карвінгу на підготовленому схилі [7].

В лижах австрійської фірми Atomic використовується унікальна форма лицьової поверхні лижі Aerospread, що нагадує поверхню м'яча для гольфу. Додатково носок лижі зроблений більш плоским. Це значно знижує опір повітря, яке накладає негативний ефект на швидкість [3].

В спортивних лижах французького виробника Rossignol використовується спеціально розроблена форма Oversize. Оптимальне співвідношення ширини носка, п'ятки і талії дозволяє підсилити високі характеристики лижі і одночасно легко їх контролювати. За рахунок значно розширених носка й п'ятки і слабо розширеної талії, збільшується площа робочої поверхні лижі без збільшення її довжини.

Зовнішній дизайн лиж провідних виробників захищений прозорим полімерним покриттям. З плином часу зовнішній вигляд лиж практично не змінюється. Навіть глибокі подряпини ледь помітні завдяки застосуванню прозорого матеріалу.

Таким чином, сучасні лижі — це складна інженерна конструкція, в якій поєднано багато новітніх технологій та сучасних матеріалів. Провідні виробники працюють над вдосконаленням властивостей лиж, застосовуючи власні розробки, які, залежно від виробника, можуть мати різні назви і особливості. Майбутнє у розвитку виробництва лиж за нанотехнологіями. Тому слід очікувати появи новинок з префіксами «нано-» і в майбутньому. Тенденції ж залишаться колишніми — не можливо заново винайти лижі, але вдосконалити їх практично до ідеалу — ось головне завдання виробників лиж.

Література

1. Антонов С. Знання про спортивний інвентар як компонент теоретичної підготовки в гірсько-лижному спорту [Текст] / С. Антонов, М. Пітин, О. Шай, В. Капаціла // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 15. Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт). — 2013. — Випуск № 13 (40). — С. 12–18.
2. Бабкін А. В. Специальные виды туризма. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. — 252 с.
3. Краткий обзор технологий производства горных лыж Fischer, Rossignol, Salomon, Atomic, Volkl [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.skimaster.ru/info/Kratkiy-obzor-tehnologiy-proizvodstva-gornyh-lyzh-Fischer-Rossignol-Salomon-Atomic-Volkl_232_article.html.
4. Лижний спорт [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ukrefs.com.ua/58333-Gornye-lyzhi.html>.
5. Масляк П. О. Рекреаційна географія [Текст] : навч. посібн. — К. : Знання, 2008. — 343 с.
6. Новинки лыжероночных технологий [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.ski.ru/static/586/2_26020.html
7. О лыжах Salomon. Технологии [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.snowshop.info/about_news.html
8. Софілканич Т. О. Технологічно-конструктивний комплекс гірських та бігових лиж, як взірець прогресивного вдосконалення дизайну спортивнентарю [Текст] / Т. О. Софілканич // Вісник ХДАДМ. — 2007. — № 10. — С. 133–137.
9. Сучасні конструкції лиж [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.hotel-sk.com.ua>.
10. Технологии Atomic применяемые в беговых лыжах [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://skiline.ru/sport-technology/110-atomic-nordic-ski-2007>.
11. Ходыкин А. П. Товароведение и экспертиза культтоваров: товары для спорта и активного отдыха [Текст] : учебн. — М. : ИТК «Дашков и К°», 2005. — 352 с.

Луців Н. В., Тис М. С.

ОБЗОР ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВЕ ЛЫЖ

В статье проанализированы основные инновационные технологии, применяемые в производстве лыж и определены основные направления формирования их современного ассортимента. Обосновано, что современные лыжи — это сложное инженерное творение, в котором объединены современные материалы и новейшие технологии производства.

Ключевые слова: лыжи, технологии, физико-механические свойства, вес, геометрия, жесткость, прочность, виброгашения, конструкция.

Lutsiv N. V., Tys M. S.

REVIEW OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES, WHICH ARE USED IN SKIS PRODUCTION

In the article were analyzed the main innovative technologies, which are used in the skis production and the main directions of forming their modern range. It is proved that modern skis are complex piece of engineering, which combines modern materials and the latest technologies of production.

Keywords: *skis, technologies, physical and mechanical properties, weight, geometry, stiffness, strength, vibration quenching, construction.*

УДК 677.014.4

Гуцак Олена Миколаївна, викладач,
Львівський інститут економіки і туризму,
Семак Богдан Дмитрович, д. т. н., професор,
Львівська комерційна академія

ОЦІНКА ВПЛИВУ ПРАННЯ, ХІМІЧНОГО ЧИЩЕННЯ ТА ПРАСУВАННЯ ПОФАРБОВАНИХ РОСЛИННИМИ БАРВНИКАМИ ПЛАТЯНИХ ТКАНИН НА СТІЙКІСТЬ ЇХ ПОФАРБУВАНЬ

В даній роботі досліджено вплив прання, хімічного чищення і прасування вовняних, шовкових і капронових платтяних тканин в залежності від виду рослинного барвника, протравлювача та субстрату цих тканин на стійкість їх пофарбувань, яка оцінювалась за показниками загального колірного контрасту (од. ΔE), що визначався спектроколориметричним методом, і візуально за контрастом темної шкали сірих еталонів (в балах).

Ключові слова: стійкість пофарбувань, прання, хімічне чищення, прасування, загальний колірний контраст.

Необхідність вивчення впливу виду рослинного барвника, виду протравлювача, та виду субстрату на стійкість пофарбувань на одягових тканинах до дії багаторазового прання, хімічного чищення, та прасування обумовлено низкою причин. Наземо основні з них:

— наявність в нашій країні великих запасів рослинних барвників текстильного призначення, ресурси яких на відміну від зарубіжних країн поки практично ще не використовуються;

— використання рослинних барвників замість токсичних марок синтетичних у текстильному виробництві, як свідчить зарубіжна практика, дозволяє вирішити низку питань: розширити та збагатити колірну гаму пофарбувань, екологізувати технологію фарбування та поліпшити умови праці робітників, а також покращити асортимент готової продукції;

— відсутність у літературних джерелах необхідної інформації не тільки про асортимент, властивості та рівень якості рослинних барвників текстильного призначення, але й пофарбованих ними текстильних матеріалів різного цільового призначення, волокнистого складу та способів виробництва.

При цьому слід підкреслити, що у багатьох економічно розвинутих країнах Європи, Америки, і Азії вже давно успішно працюють спеціалізовані компанії і фірми, які займаються селекцією, вирощуванням, первинною переробкою і використанням рослинних барвників і реалізацією пофарбованих ними текстильних матеріалів. В нашій країні також існують невеликі фермерські та державні підприємства, які займаються вирощуванням в основному лікарської технічної сировини, яка одночасно може бути використана для фарбування текстильних матеріалів і виробів, оскільки подавляюча більшість рослин-барвників, як відомо, володіють декількома властивостями [2].

Слід зауважити також, що рослинні барвники в нашій країні, крім застосування у різних підгалузях текстильного виробництва, можуть успішно експортуватись на європейський та інші ринки, де вони вже протягом останніх років користуються великою популярністю і попитом.

Таким чином, наведена інформація підтверджує доцільність проведення більш глибоких товарознавчих, матеріалознавчих і технологічних досліджень асортименту і властивостей як рослинних барвників, так і пофарбованих ними текстильних матеріалів, з метою обґрунтування доцільності більш широкого їх застосування у різних підгалузях вітчизняного текстильного виробництва.

Як свідчить аналіз літературних джерел [1, 2, 3, 4, 5], проблемами дослідження стійкості пофарбувань на текстильних матеріалах займається багато авторів. Однак, ці дослідження стосувались тільки в основному оцінки впливу синтетичних барвників на стійкість пофарбувань до дії різних фізико-хімічних чинників.

Правда, в деяких роботах [1, 2, 3] міститься інформація про результати дослідження стійкості пофарбувань, отриманих на текстильних матеріалах різними видами рослинних барвників. Так, наприклад, в роботі [1] вивчено вплив рослинного барвника і виду протравлювача на зміну стійкості пофарбувань на вовняних платтяних тканинах до тривалої дії світлопогоди. Співставлено вплив рослинного барвника і протравлювача на світlostійкість пофарбування та субстрату названих тканин.

В роботі [2] дана комплексна оцінка впливу виду рослинного барвника, виду протравлювача та виду субстрату на зміну стійкості пофарбувань на платтяно-сорочкових тканинах різного волокнистого складу до дії сонячної радіації, штучного опромінення, багаторазового прання, хімічного чищення та прасування. При цьому основна увага приділена підбору таких видів рослинних барвників для фарбування досліджуваних тканин, які гарантують ефективне використання потенційних ресурсів механічних властивостей досліджуваних тканин та забезпечення необхідної довговічності виробів з цих тканин в умовах їх експлуатації.

Автором роботи [3] дана порівняльна характеристика стійкості пофарбувань на лляних платтяно-сорочкових тканинах до дії різних фізико-хімічних чинників, отриманих різними марками активних і різними видами рослинних барвників. Обґрутована доцільність використання рослинних барвників для фарбування лляних платтяно-сорочкових тканин.

Автором роботи [4] вивчено вплив різних марок реаколів, пігмаколів і дисперколів на зміну стійкості пофарбувань до дії сонячної радіації, штучного опромінення і прання фіранкових бавовняних, поліефірних і поліестеро-віскозних текстильних матеріалів. При цьому основна увага приділена вивченю впливу марки синтетичного барвника та його концентрації на текстильному матеріалі на зміну світlostійкості пофарбувань

В роботі [5] дана порівняльна характеристика стійкості пофарбувань лляних платтяно-сорочкових тканин до дії багаторазового прання в залежності від марки активного барвника при використанні традиційної та «холодної» технології фарбування названих тканин. Запропоновано математичні моделі, які описують кінетику знебарвлення пофарбувань від кількості повторних прань цих тканин.

Мета роботи: вивчення впливу виду рослинного барвника, виду протравлювача та виду субстрату на стійкість пофарбувань на платтяних вовняних, шовкових і капрових тканинах до дії прання, хімічного чищення та прасування.

При реалізації повної мети об'єктом дослідження служили три типи різних за волокнистим складом платтяно-блузкових тканин, пофарбовані різними видами рослинних барвників, а саме:

- камвольна чистововняна тканіна арт 1144;
- чистошовкова тканіна арт. 11023;
- чистокапронова тканіна арт. 52013.

Для моделювання умов експлуатації виробів із названих тканин нами були використані наступні методики:

— прання досліджуваних варіантів тканин проводилось у побутовій пральній машині марки Ariston. Тривалість одного циклу прання становили 90 хв. Прання проводились пральним порошком ТМ «Ariel». Його концентрація у пральному розчині становила 80 г/л. Температура прального розчину становили 40°C. Загальна кількість прань становила 20;

— хімічне чищення дослідних зразків проводилась у розчині перхлоретилену протягом 30 хв при температурі 60 °C у спеціальній установці, яка забезпечує механічне

переміщення зразків в процесі їх хімічного чищення [2]. Загальна кількість хімічних чисток становила 10.

Прасування досліджуваних зразків проводились праскою масою 2,5 кг при температурі підошви праски $150\pm2^{\circ}\text{C}$ для вовняних і шовкових тканин і $110\pm2^{\circ}\text{C}$ для капрових тканин. Тривалість прасування знаходились у межах 5–25 с.

Зміни стійкості пофарбувань на досліджуваних тканинах після відповідних циклів їх прання, хімічного чищення і прасування проведено спектроколометричним методом і візуально з використанням темної шкали сірих еталонів [1]. Отримані результати оцінки стійкості пофарбувань на досліджуваних тканинах до дії багаторазового прання, хімічного чищення та прасування наведені у табл. 1–3.

1. Оцінка впливу рослинного барвника і протравлювача на зміну стійкості пофарбувань на вовняних тканинах до дії прання, хімічного чищення і прасування.

Таблиця 1

Вплив виду рослинного барвника і виду протравлювача на стійкість пофарбування платтяної вовняної тканини до дії прання, хімічного чищення та прасування

№ з/п	Назва барвника і протравлювача	Загальний колірний контраст (од. ΔE) після дії на пофарбовані тканини:								
		Кількість прань		Кількість хімічних чищень		Тривалість прасувань, с				
		5	10	5	10	5	10	15	20	25
1	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави гірчака перцевого без протравлювання	4,9	7,3	1,1	1,8	0,5	0,9	1,5	1,8	2,1
	Te ж, з одночасним протравлюванням: $\text{KAl}(\text{SO}_4)_2$	7,2	8,7	1,5	2,4	1,0	1,5	1,7	1,9	2,1
	Te ж, $\text{K}_2\text{Cr}_2\text{O}_7$	3,7	4,1	0,1	0,3	0,4	0,6	0,8	0,9	2,0
	Te ж, CuSO_4	3,9	4,4	1,3	2,0	0,5	0,8	1,4	2,1	2,5
	Te ж, FeSO_4	6,9	8,3	1,1	1,3	0,7	0,9	1,1	1,3	2,2
	Te ж, $\text{Fe}(\text{NH}_4)(\text{SO}_4)_2$	6,2	7,1	0,8	1,2	0,8	1,2	1,5	2,3	2,6
2	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави кермека Гмеліна без протравлювання	8,9	10,3	1,7	2,4	0,4	0,6	0,8	0,9	1,2
	Te ж, з одночасним протравлюванням: $\text{KAl}(\text{SO}_4)_2$	9,3	11,3	1,8	2,6	0,3	0,6	1,2	1,6	2,0
	Te ж, $\text{K}_2\text{Cr}_2\text{O}_7$	9,5	11,6	1,1	1,6	0,3	0,5	1,0	1,3	1,6
	Te ж, CuSO_4	9,6	11,9	1,8	2,8	0,4	0,7	1,1	1,3	1,8
	Te ж, FeSO_4	3,8	4,9	1,2	1,4	0,6	0,8	1,2	1,5	1,9
	Te ж, $\text{Fe}(\text{NH}_4)(\text{SO}_4)_2$	6,5	7,9	0,8	1,3	0,6	0,9	1,2	1,4	1,9
3	Тканина пофарбована екстрактом сухих ягід глоду без протравлювання	4,9	6,7	0,9	1,4	0,7	1,1	1,7	2,2	2,4
	Te ж, з одночасним протравлюванням: $\text{KAl}(\text{SO}_4)_2$	6,8	8,3	0,4	0,6	0,5	0,7	1,2	1,5	2,3
	Te ж, $\text{K}_2\text{Cr}_2\text{O}_7$	8,2	10,5	0,4	0,7	0,4	0,6	1,0	1,2	1,5
	Te ж, CuSO_4	7,7	9,6	2,3	4,7	0,5	0,7	1,1	1,3	1,6
	Te ж, FeSO_4	7,4	8,4	2,6	4,5	0,6	1,3	1,6	2,0	2,3
	Te ж, $\text{Fe}(\text{NH}_4)(\text{SO}_4)_2$	7,8	8,9	1,1	1,3	0,5	0,7	1,0	1,3	1,5

	Тканина пофарбована екстрактом кори черемхи без протравлювання	9,1	11,5	1,6	2,3	0,6	0,7	0,9	1,0	1,3
4	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,8	6,8	1,8	2,8	0,5	0,9	1,4	1,8	2,2
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	4,8	7,2	1,4	1,9	0,3	0,6	1,2	1,6	2,0
	Те ж, $CuSO_4$	10,5	12,6	1,8	2,9	0,4	0,7	1,1	1,5	1,8
	Те ж, $FeSO_4$	7,1	8,1	1,1	1,6	0,4	0,7	1,2	1,6	1,9
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	9,8	11,9	1,3	1,9	0,3	0,6	1,0	1,3	1,8
	Тканина пофарбована екстрактом листків черемхи без протравлювання	4,7	6,5	1,2	1,6	0,6	1,0	1,6	2,0	2,4
5	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,8	7,8	0,6	0,8	0,5	0,7	1,0	1,5	2,3
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	8,6	10,3	0,7	0,9	0,4	0,5	1,0	1,1	1,4
	Те ж, $CuSO_4$	7,9	9,4	2,6	4,7	0,5	0,6	1,1	1,2	1,6
	Те ж, $FeSO_4$	7,1	8,3	2,1	4,2	0,5	0,7	1,2	1,4	1,7
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	8,4	10,1	2,3	4,5	0,6	1,2	1,5	1,8	2,0
	Тканина пофарбована екстрактом кореня ревеню без протравлювання	8,7	10,6	1,5	2,3	0,5	0,7	1,2	1,5	1,8
6	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,9	7,2	1,8	2,6	0,7	0,9	1,1	1,5	1,8
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	10,4	12,3	1,2	1,7	0,3	0,6	0,9	1,4	1,7
	Те ж, $CuSO_4$	6,6	8,0	1,8	2,9	0,4	0,7	1,2	1,4	1,9
	Те ж, $FeSO_4$	8,7	11,1	1,2	1,8	0,5	0,8	1,4	1,6	2,0
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	8,9	11,6	1,4	1,9	0,6	0,9	1,5	1,8	2,2

Аналіз даних табл. 1 дозволяє зробити наступні узагальнюючі висновки:

— стійкість отриманих рослинними барвниками пофарбувань на вовняних платяно-блузкових тканинах до дії прання, хімічного чищення та прасування знаходитьться в широкому інтервалі залежно від виду барвника і протравлювача, що відкриває можливість цілеспрямованого вибору стійкості пофарбування із врахуванням умов експлуатації виробів із цих тканин;

— встановлено, що із 6-ти варіантів обраних нами рослинних барвників найбільш високу стійкість пофарбувань на вовняних тканинах до прання забезпечує екстракт із сухих ягід глоду, і найнижчу стійкість пофарбувань відповідно екстракт із кори черемхи;

— певний і неоднозначний вплив мають обрані види протравлювачів на зміну стійкості пофарбувань до прання на досліджуваних тканинах, при цьому встановлено, що одні види протравлювачів інгібують процес знебарвлення пофарбувань окремими рослинними барвниками при дії прання (наприклад, це поєдання $K_2Cr_2O_7$ із екстрактом із гірчака перцевого і кори черемхи, $CuSO_4$ із екстрактом гірчака і коренем ревеню), а інші види протравлювачів, навпаки, сенсибілізують цей процес (це стосується, наприклад, поєдання $KAl(SO_4)_2$ із екстрактами ягід глоду, кори черемхи і коренів ревеню);

— встановлено, що повторні хімічні чищення досліджуваних тканин, на відміну від їх прання, в декілька разів менше знебарвлюють пофарбування рослинними барвниками на цих тканинах, що однозначно підтверджує доцільність заміни прання виробів з цих тканин в побуті їх хімічним чищенням;

— вплив обраних видів протравлювачів на зміну стійкості пофарбувань на досліджуваних тканинах до дії багаторазового хімічного чищення також виявився менш

помітним порівняно з пранням, а також неоднозначним стосовно окремих видів рослинних барвників, що також вимагає їх індивідуального підбору стосовно окремих видів пофарбувань досліджуваними барвниками;

— чутливими виявилися досліджувані види пофарбувань на вовняних тканинах до тривалої дії прасування цих тканин, при цьому оптимальною виявилась тривалість прасування названих тканин 5–10 с., оскільки вони практично не залежить ні від виду рослинного барвника, ні від обраного протравлювача.

2. Оцінка впливу рослинного барвника і протравлювача на зміну стійкості пофарбувань на шовкових тканинах до дії прання, хімічного чищення та прасування.

Таблиця 2

**Вплив виду рослинного барвника і виду протравлювача на стійкість пофарбування
платтяної шовкової тканини до дії прання, хімічного чищення та прасування**

№ з/п	Назва барвника і протравлювача	Загальний колірний контраст (од.) після дії на пофарбовані тканини:								
		Кількість прань		Кількість хімічних чищень		Тривалість прасувань, с				
		5	10	5	10	5	10	15	20	25
1	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави гірчака перцевого без протравлювання	3,6	4,1	1,2	1,6	0,8	0,9	2,0	3,5	5,1
	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	4,2	5,3	1,6	2,4	1,2	1,5	2,4	3,8	5,6
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	3,4	4,1	0,1	0,3	0,7	0,8	1,6	3,0	4,8
	Те ж, $CuSO_4$	1,9	2,3	0,7	1,3	0,8	0,8	1,7	3,1	5,0
	Те ж, $FeSO_4$	3,2	4,1	0,7	1,0	0,4	0,6	2,0	3,2	4,8
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	2,9	3,6	0,5	0,8	0,5	0,7	1,8	2,9	5,3
2	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави кермека Гмеліна без протравлювання	3,5	4,9	1,6	2,1	0,8	0,9	2,0	3,2	4,6
	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	3,7	4,8	1,8	2,3	0,5	0,5	1,9	3,2	4,6
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	3,6	4,9	0,9	1,2	0,5	0,7	1,6	3,1	4,9
	Те ж, $CuSO_4$	3,2	4,5	1,8	2,3	0,6	0,8	1,8	3,2	5,2
	Те ж, $FeSO_4$	3,1	3,8	0,7	1,1	0,6	0,8	1,9	2,8	5,3
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	3,5	4,1	0,7	1,2	0,6	0,7	2,4	3,5	5,2
3	Тканина пофарбована екстрактом сухих ягід глоду без протравлювання	2,1	2,9	0,8	0,9	1,2	1,4	2,5	3,5	5,2
	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	3,4	4,5	0,8	1,1	0,7	0,9	1,4	2,8	4,4
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	8,5	10,3	0,3	0,5	0,5	0,6	1,3	2,4	4,1
	Те ж, $CuSO_4$	2,4	3,1	2,1	3,1	0,6	0,7	1,5	2,5	4,2
	Те ж, $FeSO_4$	6,8	8,4	2,9	3,3	1,1	1,2	2,3	4,1	5,4
4	Тканина пофарбована екстрактом кори черемхи без протравлювання	3,8	5,2	0,6	1,1	0,9	1,2	2,2	3,9	5,2
	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	7,2	8,6	1,6	2,3	1,0	1,2	1,6	2,8	4,2

	Te ж, K ₂ Cr ₂ O ₇	7,4	8,9	0,9	1,4	0,8	1,0	1,5	2,6	3,8
	Te ж, CuSO ₄	2,5	3,3	1,8	2,4	0,9	1,0	2,1	3,4	4,1
	Te ж, FeSO ₄	7,4	9,4	0,9	1,1	1,1	1,2	2,3	3,7	4,5
	Te ж, Fe(NH ₄)(SO ₄) ₂	7,6	9,2	1,1	1,6	1,2	1,3	2,5	3,9	4,8
5	Тканина пофарбована екстрактом листків черемхи без протравлювання	2,8	3,5	0,8	1,2	0,9	1,1	2,2	3,1	4,8
	Te ж, з одночасним протравлюванням: KAl(SO ₄) ₂	5,1	6,7	0,4	0,6	0,7	0,9	1,9	2,7	4,5
	Te ж, K ₂ Cr ₂ O ₇	5,3	6,9	0,4	0,7	0,6	0,8	1,8	2,7	4,4
	Te ж, CuSO ₄	2,8	3,9	2,9	3,5	0,7	0,9	2,0	2,9	4,6
	Te ж, FeSO ₄	3,7	4,4	2,6	3,7	0,9	1,3	2,3	3,6	4,8
6	Тканина пофарбована екстрактом кореня ревеню без протравл.	9,1	13,1	1,4	1,9	0,7	1,2	2,6	3,8	5,4
	Te ж, з одночасним протравлюванням: KAl(SO ₄) ₂	8,9	11,5	1,4	2,3	0,5	0,6	1,9	3,1	5,1
	Te ж, K ₂ Cr ₂ O ₇	2,7	3,9	1,1	1,4	0,5	0,7	1,8	2,9	4,7
	Te ж, CuSO ₄	9,3	11,6	1,9	2,5	0,6	0,8	1,9	3,1	4,9
	Te ж, FeSO ₄	6,3	7,8	1,8	2,3	0,8	1,2	2,3	3,5	4,9
	Te ж, Fe(NH ₄)(SO ₄) ₂	5,2	6,1	1,6	2,4	0,9	1,3	2,4	3,6	5,2

Аналізуючи дані табл. 2, представилось доцільним вияснити наступні питання:

- виявити особливості знебарвлення пофарбувань на шовкових тканинах під дією багаторазового прання, хімічного чищення та прасування порівняно з вовняними тканинами, пофарбованими одними й тими ж рослинними барвниками;
- обґрунтувати доцільність використання рослинних барвників до фарбування шовкових платтяно-блузкових тканин літнього асортименту;
- вибрати із досліджуваних рослинних барвників і протравлювачів ті види, які гарантують отримання саме на шовкових платтяно-блузкових тканинах найбільш стійких до дії багаторазового прання, хімічного чищення і прасування пофарбувань.

Як видно із аналізу даних табл. 2 із 6-ти видів обраних нами рослинних барвників найбільш стійкі пофарбувань до дії прання на шовкових платтяно-блузкових тканинах можна отримати шляхом їх фарбування екстрактами із ягід глоду, трави гірчака перцевого і трави кермеку Гмеліна. Значно нижчі показники стійкості до прання пофарбувань отримані на цих тканинах екстрактами із листків та кори черемхи та коренів ревеню.

Що стосується обраних видів протравлювачів, то для підвищення стійкості пофарбувань до прання на шовкових тканинах доцільно поєднувати:

- CuSO₄ із екстрактами трави гірчака перцевого; кори черемхи;
- Fe(NH₄)(SO₄)₂ із екстрактами трави гірчака перцевого та коренів ревеню.

Встановлено, що, за інших рівних умов, пофарбування обраними рослинними барвниками на шовкових тканинах до дії прання виявилися значні вищими, ніж аналогічні пофарбування на вовняних тканинах, що підтверджує можливість прання виробів із названих тканин в умовах їх експлуатації.

3. Оцінка впливу рослинного барвника і протравлювача на зміну стійкості пофарбувань залежно на капронових тканинах до дії прання, хімічного чищення та прасування.

Таблиця 3
Вплив виду рослинного барвника і виду проправлювача на стійкість пофарбування
платтяної капронової тканини до дії прання, хімічного чищення та прасування

№ з/п	Назва барвника і проправлювача	Загальний колірний контраст (од. ΔE) після дії на пофарбовані тканини:								
		Кількість прань		Кількість хімічних чищень		Тривалість прасувань, с				
		5	10	5	10	5	10	15	20	25
1	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави гірчака перцевого без проправлювання	3,2	4,1	1,2	1,6	0,4	0,9	1,3	2,0	2,1
	Те ж, з одночасним проправлюванням: $KAl(SO_4)_2$	4,6	5,3	1,6	2,1	0,5	1,0	1,6	2,1	2,2
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	3,2	3,9	1,3	1,8	0,6	1,1	1,5	1,9	2,0
	Те ж, $CuSO_4$	3,8	4,7	1,5	2,0	0,7	1,2	1,7	2,1	2,3
	Те ж, $FeSO_4$	5,1	6,1	1,1	1,3	0,5	0,8	1,6	2,1	2,4
2	Тканина пофарбована екстрактом сухої трави кермека Гмеліна без проправлювання	7,6	8,4	1,3	2,3	0,4	0,6	1,7	1,9	2,1
	Те ж, з одночасним проправлюванням: $KAl(SO_4)_2$	8,5	10,8	1,8	2,8	0,4	0,6	1,0	1,8	2,1
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	7,9	8,6	0,9	1,3	0,3	0,4	1,1	1,4	1,9
	Те ж, $CuSO_4$	8,2	8,9	1,5	1,9	0,4	0,7	1,2	1,7	2,2
	Те ж, $FeSO_4$	3,9	4,5	1,1	1,4	0,6	0,9	1,3	1,9	2,3
3	Тканина пофарбована екстрактом сухих ягід глоду без проправлювання	5,9	6,5	0,9	1,2	0,6	1,0	1,4	1,9	2,3
	Те ж, з одночасним проправлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,2	5,9	0,6	0,8	0,5	0,6	1,1	1,3	2,1
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	5,3	6,8	0,6	0,9	0,3	0,5	0,9	1,1	1,3
	Те ж, $CuSO_4$	4,9	5,4	0,9	1,3	0,4	0,6	1,1	1,3	1,9
	Те ж, $FeSO_4$	5,3	6,1	1,0	1,4	0,7	1,5	1,9	2,2	2,3
4	Тканина пофарбована екстрактом кори черемхи без проправлювання	3,2	4,1	1,4	1,9	0,5	0,6	1,2	1,6	2,0
	Те ж, з одночасним проправлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,9	7,1	1,9	2,3	0,4	0,8	1,4	1,9	2,2
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	4,6	5,3	1,6	2,1	0,4	0,7	1,3	1,8	2,2
	Те ж, $CuSO_4$	8,7	10,0	1,8	2,6	0,4	0,6	1,6	2,1	2,4
	Те ж, $FeSO_4$	7,4	8,2	1,9	2,7	0,4	0,7	1,9	2,3	2,4
5	Тканина пофарбована екстрактом листків черемхи без проправлювання	9,2	11,1	2,1	2,9	0,5	0,8	2,1	2,4	2,5
	Те ж, з одночасним проправлюванням: $KAl(SO_4)_2$	5,1	6,1	1,1	1,5	0,9	1,4	1,9	2,0	2,4

	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	3,8	4,2	1,1	1,4	0,2	0,5	0,7	1,5	2,0
	Те ж, $CuSO_4$	2,9	3,5	0,9	1,2	0,7	1,2	1,8	2,0	2,1
	Те ж, $FeSO_4$	3,2	3,8	0,7	1,0	0,8	1,4	1,9	2,1	2,2
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	3,1	3,9	0,6	1,2	0,9	1,5	2,0	2,1	2,3
6	Тканина пофарбована екстрактом кореня ревеню без протравлювання	3,3	15,6	2,7	3,2	0,4	0,6	1,2	1,7	2,1
	Те ж, з одночасним протравлюванням: $KAl(SO_4)_2$	13,5	16,5	2,9	3,4	0,6	0,8	1,0	1,4	1,9
	Те ж, $K_2Cr_2O_7$	7,9	8,9	1,1	1,6	0,3	0,7	0,9	1,3	1,7
	Те ж, $CuSO_4$	15,2	16,8	1,2	1,7	0,4	0,6	1,2	1,5	1,8
	Те ж, $FeSO_4$	11,4	13,1	1,2	1,8	0,5	0,9	1,5	1,7	2,1
	Те ж, $Fe(NH_4)(SO_4)_2$	11,2	13,4	1,4	1,9	0,6	0,9	1,7	1,9	2,3

Як і на вовняних і шовкових досліджуваних тканин, стійкість пофарбувань до дії прання, хімічного чищення і прасування на капронових тканинах також суттєво залежить від виду обраного рослинного барвника, протравлювача і самого субстрату тканин. Встановлено, що практично одинакову стійкість пофарбування до дії прання мають капронові тканини, пофарбовані екстрактами трави гірчака перцевого, корі і листків черемхи. Саму низьку стійкість пофарбувань на капронових тканинах до прання забезпечує екстракт коренів ревеню.

Виявлено, що для підвищення стійкості пофарбувань на капронових тканинах до дії прання їх доцільно протравлювати тільки у поєднанні із фарбуванням такими рослинними барвниками:

- $K_2Cr_2O_7$ із екстрактом гірчака перцевого;
- $CuSO_4$ із екстрактом ягід глоду;
- $FeSO_4$ із екстрактом трави кермеку Гмеліна;
- $Fe(NH_4)(SO_4)_2$ із екстрактом листків черемхи.

Стійкість пофарбувань рослинними барвниками до дії повторного хімічного чищення на капронових тканинах, як і на вовняних і шовкових, виявилось значно вищою, ніж до дії прання. Більше того, ця стійкість виявилася практично однаковою на капронових тканинах, пофарбованих різними видами рослинних барвників. Не суттєвим виявився і вплив протравлювачів на зміну стійкості пофарбувань на капронових тканинах до дії хімічного чищення.

Далі із аналізу даних табл. 3 видно що стійкість пофарбувань капронових тканин до прасування визначається в основному тільки тривалістю прасування і практично мало залежити від виду обраного рослинного барвника і протравлювача. Окрім цього, стійкість пофарбувань на капронових тканинах після 15–25 с прасування виявилась дещо нижчою, ніж на шовкових тканинах (при інших рівних умовах).

Така різниця в кінетиці зневарвлення капронових і шовкових тканин при їх прасуванні обумовлена різницею у температурі підошви праски, яка є оптимальною для капронових тканин $110^{\circ}C$, а для шовкових $150^{\circ}C$. Незважаючи на це, як свідчать дані табл. 1–3, оптимальною для прасування вовняних, шовкових і капронових платтяних тканин, на нашу думку, слід вважати тривалість їх прасування після прання чи хімічного чищення 5–10 с.

Резюмуючи наведену інформацію, слід підкреслити що остаточний висновок про доцільність використання того чи іншого виду рослинного барвника і протравлювача для фарбування вовняних, шовкових і капронових платтяних тканин слід робити не тільки на основі стійкості їх пофарбувань до дії прання, хімічного чищення та прасування,

але обов'язковим врахуванням широти та якості колірної гами цих пофарбувань [1], а також оцінки світlostійкості отриманих пофарбувань і субстрату [6, 7].

На прикладі 6-ти видів рослинних барвників, 5-ти видів протравлювачів і 3-х видів субстрату дана порівняльна характеристика стійкості пофарбувань вовняних, шовкових і капронових платтяних тканин до дії прання, хімічного чищення та прасування.

Запропоновано математичні моделі, які описують кінетику знебарвлення пофарбувань тканин під дією названих чинників.

Обґрунтовано сфери найбільш раціонального застосування пофарбованих обраними рослинними барвниками вовняних, шовкових і капронових платтяних тканин із врахуванням стійкості їх пофарбувань до дії умов й модельованої експлуатації. Обґрунтовано оптимальне поєднання в досліджуваних тканинах рослинного барвника, протравлювача та субстрату.

Встановлено, що одночасне з фарбуванням протравлювання досліджуваних тканин обраними видами протравлювачів може інгібувати, сенсибілізувати або бути нейтральним до процесу знебарвлення пофарбувань цих тканин під дією їх прання, хімічного чищення та прасування. При цьому виявлено індивідуальний вплив обраних видів протравлювачів на кінетику знебарвлення пофарбувань.

Встановлено значно вищу інтенсивність знебарвлення пофарбувань рослинними барвниками на досліджуваних тканинах при їх пранні, ніж хімічному чищенні (особливо це помітно на вовняних тканинах).

Обґрунтовано оптимальну тривалість прасування досліджуваних тканин — вона становить 5–10 с.

Література

1. Гущак О. М. Оцінка ролі рослинних барвників у формуванні асортименту та якості екологобезпечного текстилю [Текст] / О. М. Гущак, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — Хмельницький : вид-во Хмельницького національного університету. — 2015. — № 5. — С. 164–172.
2. Семак Б. Б. Наукові засади формування ринку рослинної сировини та його окремих сегментів в Україні [Текст] : моногр. / Б. Б. Семак. — Львів : вид-во Львівської комерційної академії. — 2007. — 512 с.
3. Пахолюк О. В. Товарознавчі аспекти формування асортименту та якості лляних тканин [Текст] : моногр. / О. В. Пахолюк. — Луцьк : Ред.-видав. відділ ЛНТУ. — 2011. — 186 с.
4. Пушкар Г. О. Інтер'єрний текстиль: товарознавчі аспекти формування асортименту та якості [Текст] : моногр. / Г. О. Пушкар. — Львів : Магнолія–2006. — 2013. — 176 с.
5. Пахолюк Е. В. Исследование стойкости окрасок льняных плательно-сорочечных тканей к действию многократных стирок [Текст] / Е. В. Пахолюк, Б. Д. Семак, О. И. Передний, О. И. Голодюк // Известия ВУЗов. Технология текстильной промышленности. 2015. — № 3 (357). — С. 78–82.
6. Гущак О. М. Вплив рослинних барвників на формування екологічної безпеки текстильних матеріалів [Текст] / О. М. Гущак // Вісник Львівської комерційної академії (Серія товарознавчча), 2015. — Випуск 15. — С. 54–59.
7. Гущак О. М. Використання рослинних барвників для світlostабілізації шовкових і капронових платтяних тканин [Текст] / О. М. Гущак., Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — Хмельницький : вид-во Хмельницького національного університету. — 2015. — № 6. — С. 119–126.

Гуцак Е. Н., Семак Б. Д.

**ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ СТИРКИ, ХИМИЧЕСКОЙ ЧИСТКИ
И ГЛАЖЕНИЯ ОКРАШЕННЫХ РАСТИТЕЛЬНЫМИ КРАСИТЕЛЯМИ
ПЛАТЯННЫХ ТКАНЕЙ НА УСТОЙЧИВОСТЬ ИХ ОКРАСКИ**

В данной работе исследовано влияние стирки, химической чистки и гладжения шерстяных, шелковых и капроновых платяных тканей в зависимости от вида растительного красителя, протравителя и субстрата этих тканей на устойчивость их окраски, которая оценивалась по показателям общего цветового контраста (од. ΔE), что определялось спектроколориметрическим методом, и визуально по контрасту темной шкалы серых эталонов (в баллах).

Ключевые слова: устойчивость окраски, стирка, химическая чистка, гладжка, общий цветовой контраст.

Gushchak O. M, Semak B. D.

**EVALUATION OF THE EFFECT OF WASHING, CHEMICAL CLEANING
AND IRONING ARE PAINTED WITH VEGETABLE DYES ON FABRICS
WITH A DURABILITY OF THEIR COLORING**

In this study we investigated the effect of washing, chemical cleaning and Ironing of wool, silk and nylon fabrics in a depending on the type of vegetable dye, disinfectant and substrate of these tissues on the stability of their poproboval, which was estimated in terms of total color difference (od. ΔE) that was determined by the method spectrophotometer, and visually the contrast of the dark gray scale standards (in points).

Keywords: stability of paperboar, Laundry service, dry cleaning, Ironing, General color contrastdark gray scale standards (in points).

УДК 620.2:664.664.4

Ковальчук Христина Ігорівна, к. т. н.,
Львівський інститут економіки і туризму

ВПЛИВ ДОБАВОК ІЗ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНІ НА ПОКРАЩЕННЯ ОРГАНОЛЕПТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ КЕКСІВ

Розглядається вплив нетрадиційної сировини на органолептичні показники розроблених кексів та аналізується їх зміна в порівнянні із контрольним зразком.

Ключові слова: кекси, дегустаційна оцінка, натуральні добавки, нетрадиційна сировина, органолептичні показники, флейвор, профілограми

Профідна роль у здоровому харчуванні населення відводиться розробці і випуску збалансованих за складом продуктів, збагачених біологічно цінними добавками на натуральній основі. Особлива увага повинна приділятися пошуку ефективних засобів корекції харчових дефіцитів у результаті створення нової продукції з використанням джерел незамінних нутрієнтів.

Борошняні кондитерські вироби належать до продуктів харчування масового споживання. Значний попит традиційно мають кекси, проте їх асортимент на вітчизняному ринку обмежений. Суттєвий недолік кексів — практично повна відсутність у них важливих біологічно активних речовин, зокрема незамінних амінокислот, есенціальних жирних кислот, макро- і мікроелементів та ін. Тому хімічний склад такої продукції потребує значного корегування в напрямку збільшення вмісту цих речовин з одночасним зниженням калорійності та поліпшенням органолептичних показників.

Зазначеним науковим дослідженням присвячені роботи багатьох вчених: Соболєвої М. І., Салавеліса А. Д., Дорохович А. М., Оболкіної В. І., Матвеєвої Т. В., Скобельської З. Г., Магомедова Г. О., Тертичної Т. Н., Сирохмана І. В. та ін. Однак проблема збагачення кексів цінними макро- і мікронутрієнтами, покращення органолептичних властивостей та подовження тривалості їх зберігання на сьогодні не розв'язана і є досить актуальною.

Застосування натуральних харчових добавок дозволить підвищити біологічну цінність та сповільнити процеси окислення і черствіння у кексах, поліпшити їх споживні властивості.

Об'єктами досліджень були контрольний зразок кексу без начинки з борошна пшеничного вищого сорту «Столичний» і розроблені кекси з нетрадиційною сировиною і натуральними добавками без начинки та з начинками. Для виготовлення кексу «Столичний» використано борошно пшеничне вищого сорту, цукор білий кристалічний, яйця курячі, маргарин, виноград сушений, сіль кухонну, солі вуглеамонійні харчові, ванільний цукор [1].

Рецептурний склад нових кексів був спроектований за допомогою програмного забезпечення «Optima». Процес проектування складу нових виробів проводився шляхом динамічного аналізу впливу окремих видів сировини на хімічний склад кексу. Аналіз спроектованих виробів проводився з використанням отриманих дослідних даних, літературних та Інтернет-джерел і Норм фізіологічних потреб населення України в основних харчових речовинах та енергії, що вже містилися. Нові найменування кексів виготовляли:

— кекс «Кунжутний» з включенням борошна житнього обдирного, порошків листя ожини сизої, ромашки лікарської, листя смородини чорної, сухої молочної сироватки, кунжутної олії;

— кекс «Морячок» з додаванням борошна вівсяного, порошків листя бадану товстолистого, листя малини, слані ламінарії (морської капусти), підбілу звичайного, олії гарбузового насіння;

- кекс «Міцний горішок» з використанням гречаного борошна, порошків листя м'яти перцевої, листя волоського горіха, сухої молочної сироватки, олії волоського горіха та ядер волоського горіха;
- кекс «Осінній аромат» із включенням кукурудзяного борошна, порошків звіробою звичайного, квітів липи серцелистої, ехінацеї пурпурової, сухого знежиреного молока та суміші цукатів (яблучно-вишневі);
- кекс «Чорничний» з використанням гречаного борошна, порошків коріння цикорію, квітів фіалки триколірної, сухого знежиреного молока, плодів чорниці;
- кекс з начинкою «Медок» з включенням борошна кукурудзяногого, порошків квітів липи серцелистої, квіткового пилку, сироватки молочної сухої, олії гарбузового насіння; начинка — на основі меду натурального із пилком квітковим.
- кекс з начинкою «Елітний» з додаванням борошна вівсяного, порошків листя м'яти, прополісу, порошку з квасолі, сироватки молочної сухої; начинка — на основі меду натурального з прополісом.

Органолептичні властивості — одні із найважливіших показників якості харчових продуктів [2, 3]. Для більш повної характеристики органолептичних показників ми використали додаткові показники — консистенцію і флейвор. Флейвор — комплексне відчуття у ротовій порожнині, яке виникає під час куштування продукту та сприймається органами чуття — ротовою порожниною та носом (смак, запах і текстура продукції) [4, 5].

Органолептичну оцінку якості нових кексів проводили згідно вимог ДСТУ 4505:2005 б та з використанням розробленої нами 5-ти балової шкали оцінки якості, яка передбачає оцінювання якості кексів за всіма органолептичними показниками на «відмінно», «добре», «задовільно» та «незадовільно». За кожним показником передбачена максимальна кількість 5 балів. Крім того, для показників було визначено коефіцієнт важомості щодо їх впливу на формування якості продукту.

Під час проведення органолептичної оцінки нами було відмічено наступне. Кекс «Кунжутний» мав куполоподібну форму з незначними тріщинами, світло-коричневий колір, приємний запах з легким гармонійним квітковим ароматом. Кекс «Морячок» — куполоподібної форми з незначними тріщинами, коричневого кольору, з приємними ароматом та присмаком використаних добавок. Кекс «Міцний горішок» — куполоподібний, мав незначні тріщини на поверхні, з відчутними приємними горіховим присмаком та ароматом, темно-коричневого кольору, із включенням часток ядер волоських горіхів у розломі. Кекс «Осінній аромат» характеризується також куполоподібною формою та незначними тріщинами на поверхні, з приємним ароматом квітів липи та молочним присмаком. Він мав світло-коричневий колір з включенням яблучно-вишневих цукатів. Кекс «Чорничний» — куполоподібний, темно-коричневого кольору з незначними тріщинами на поверхні, приємним ароматом гречаного борошна та легким молочним присмаком. Вироби добре пропеченні, з включенням плодів чорниці на розломі, що надавало певної оригінальності.

Кекс «Медок» має куполоподібну форму з виїмкою зверху до середини, яка наповнена начинкою. Він вирізняється приємним квітковим ароматом липового цвіту з легким медовим присмаком, світло-коричневого кольору. Кекс «Елітний» — куполоподібної форми з виїмкою зверху до середини, в якій знаходиться начинка. Він характеризується приємним м'ятно-медовим ароматом, із легким медовим присмаком, світло-коричневого кольору. Начинка в кексах «Медок» та «Елітний» покрита зверху тонким шаром харчової їстівної плівки, що надає привабливого глянцю поверхні.

Розроблені зразки кексів без начинки та з начинкою значно перевершують контрольний зразок за органолептичними показниками, що зображені на профілограмах (рис. 1 — рис. 3).

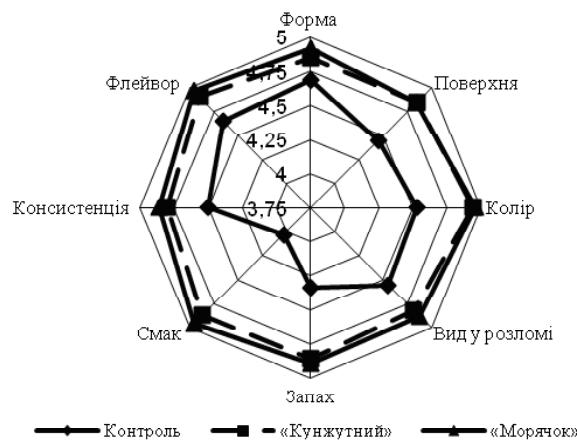


Рис. 1. Профілограми нових кексів без начинки «Кунжутний», «Морячок» (Бали наведені без урахування коефіцієнта вагомості та показника «вираженість добавки»)

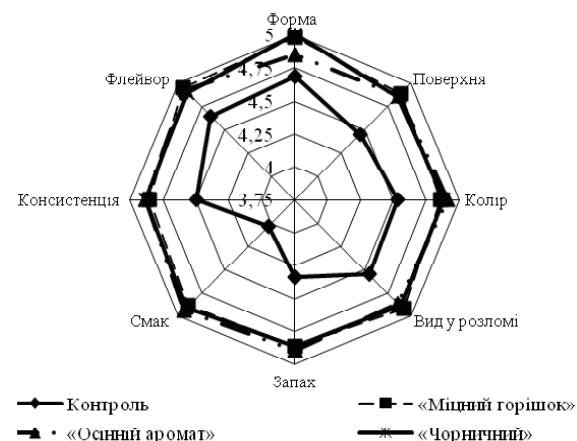


Рис. 2. Профілограми нових кексів без начинки «Осенній аромат», «Міцний горішок» та «Чорничний» (Бали наведені без урахування коефіцієнта вагомості та показника «вираженість добавки»)

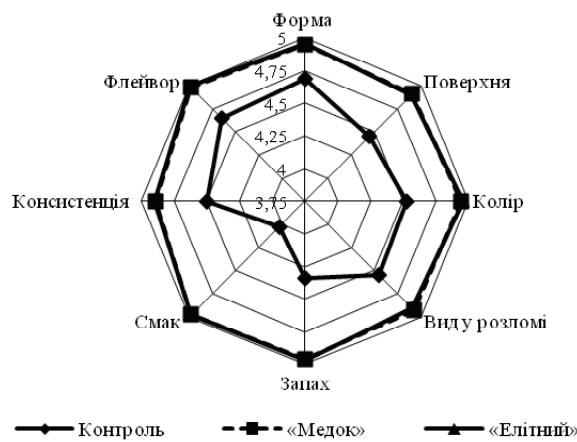


Рис. 3. Профілограма нових кексів з начинкою «Медок» та «Елітний» (Бали наведені без урахування коефіцієнта вагомості та показника «вираженість добавки»)

Значно більша загальна кількість балів у порівнянні з контрольним зразком (41,84) була у кексів «Медок» — 49,52, «Морячок» — 49,16, «Міцний горішок» — 49,0, «Осінній аромат» — 48,98, «Чорничний» — 48,98 та «Кунжутний» — 48,69.

Згідно результатів дегустаційної оцінки, найвищу загальну кількість балів отримав кекс «Елітний» — 49,57. Кекси «Морячок» та «Елітний» отримали на дегустаційній оцінці за показником «колір» по 4,96 бала, тоді як контроль — лише 4,53 бали. За показником «вид у розломі» найвищими балами вирізняються кекси «Медок» — 4,93, «Міцний горішок» — 4,92 і «Елітний» — 4,91 (контроль — 4,55).

Найбільш вагомими показниками є смак та запах. За смаком (коєфіцієнт вагомості 2,5) найвищою кількістю балів були оцінені кекси «Медок» і «Елітний» — по 12,45 бала, «Морячок» — 12,4 бала. Слід зазначити, що усі дослідні зразки кексів мали суттєві переваги порівняно з контрольним зразком, який набрав за цим показником тільки 10,08 бала.

За показником «запах» (коєфіцієнт вагомості — 1,5) найвищу кількість балів отримали кекси з начинкою «Елітний» — 7,46 та «Медок» — 7,44, також кекси без начинки «Морячок» та «Осінній аромат» — по 7,34 бала. Контрольний зразок кексу за цим показником отримав всього 6,51 бала.

Високі результати дегустаційного оцінювання за показником «флейвор» одержали кекси «Елітний» — 4,99 бала, «Медок» — 4,98, «Морячок» — 4,96, що перевищували контрольний зразок (4,78 бала). За консистенцією під час дегустації нові зразки кексів отримали від 2,4 до 2,45 бала (контроль 2,25 бала).

Результати дегустаційного оцінювання нових кексів дають підставу стверджувати про вищий рівень якості усіх розроблених виробів. Кекси «Медок» та «Елітний» мають рівень якості, що дорівнює 0,99, кекс «Кунжутний» — 0,97, решта зразків — 0,98, а контроль — лише 0,84.

Нами науково обґрунтовано доцільність збагачення кексів та оптимальне дозування нетрадиційної сировини і натуральних добавок (борошна житнього, вівсяного, гречаного, кукурудзяного, порошків листя ожини сизої, смородини чорної, бадану товстолистого, малини, підбілу звичайного, м'яти перцевої, волоського горіха, квітів липи серцелистої, ромашки лікарської, фіалки триколірної, слані ламінарії, трави звіробою звичайного, коріння цикорію, ехінації пурпурової, квасолі, меду натурального, квіткового пилку, прополісу, сухої молочної сироватки, сухого знежиреного молока, олії кунжутної, гарбузового насіння, волоського горіха, ядер волоського горіха, цукатів яблучно-вишневих та плодів чорниці) для покращення органолептичних показників готових виробів.

Література

1. Апет Т. К. Справочник технолога кондитерского производства [Текст] : В 2 т. / Т. К. Апет, 3. Н. Пашук. — СПб. : ГИОРД, 2004. — Т. 1: Технологии и рецептуры. — 554 с.
2. Матвеева И. В. Пищевые добавки и сенсорная оценка качества кексов [Текст] / И. В. Матвеева, А. В. Мигуля, М. К. Виноградова // Кондитерское производство. — 2006. — № 4. — С. 22–24.
3. Дослідження сенсорне. Методологія. Методи створювання спектра флейвору (ISO 6564:1985, IDT): ДСТУ ISO 6564:2005. — Чинний від 2006-10-01. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 14 с. (Національний стандарт України).
4. Дослідження сенсорне. Словник термінів (ISO 5492:1992, IDT): ДСТУ ISO 5492:2006. — Чинний від 2007-10-01. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 42 с. (Національний стандарт України).
5. Дослідження сенсорне. Методологія. Ранжування харчових продуктів за допомогою методів із використанням шкал та категорій: ДСТУ ISO 4121:2005. — Чинний від 2006-07-01. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 15 с. (Національний стандарт України).
6. Кекси. Загальні технічні умови: ДСТУ 4505:2005. — Чинний від 2005-28-12. — К. : Держспоживстандарт України, 2006. — 13 с. (Державний стандарт України).

Ковальчук Х. І.

**ВЛИЯНИЕ ДОБАВОК С НЕТРАДИЦИОННОГО СЫРЬЯ
НА УХУДШЕНИЕ ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КЕКСОВ**

Рассматривается влияние нетрадиционного сырья на органолептические показатели разработанных кексов и анализируется их изменение по сравнению с контрольным образцом.

Ключевые слова: кексы, дегустационная оценка, натуральные добавки, нетрадиционная сырье, органолептические показатели, флейвор, профилограммы

Kovalchuk H. I.

**THE EFFECT OF ADDITIVES NEW RAW MATERIAL TO THE
DETERIORATION OF ORGANOLEPTIC CHARACTERISTICS MUFFINS**

The influence of new raw material for organoleptic designed cakes and analyzed their change compared to the control sample.

Keywords: muffins, tasting score, natural supplements, alternative raw materials, organoleptic properties, fleyvor, profiloohramy

Розділ 5.
ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

УДК 640.432+338.467

*Джурик Надія Роман-Йосипівна, к. т. н., доцент,
 Майструк Ірина Миколаївна, к. т. н., ст. викладач,
 Львівський інститут економіки і туризму*

**ТЕМАТИЧНІ ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА:
 СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД**

У статті проведено аналіз тематичних закладів ресторанного господарства Світу та України і запропонована їх класифікація.

Ключові слова: тематичні ресторани, підприємства ресторанного господарства, світовий досвід, класифікація.

Серед останніх тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства варто відзначити тематизацію в ресторанній індустрії, яка дозволяє крім національних і географічних кухонь пропонувати продукцію, пов'язану із широко розповсюдженими в глобалізованому світі феноменами масової культури, такими, наприклад, як рок-музика, спорт, історичні події й персонажі, культові фільми й літературні твори. У США й інших країнах вже функціонують розвинені мережі таких тематичних ресторанів, як Planet Hollywood, All Sports Cafe, Fashion Cafe та інші, у Великобританії поширені тематичні паби. Такі ресторани й кафе потім поєднуються з готельними мережами, що сприяє їхньому успіху й процвітанню.

Розвиток тематичних закладів ресторанного господарства сьогодні пояснюється стрімким розвитком сфери туризму. Туристи стають дедалі вибагливішими у виборі як туристичного маршруту, готелів, місць відпочинку, так і ресторанів. Тематичні ресторани є цікавими для туриста, оскільки представляють собою не лише заклад харчування, а й місця, які відвідують задля отримання нових яскравих вражень. У тематичних закладах ресторанного господарства крім головних послуг, що задовільняють основну потребу потенційних споживачів в організації харчування, важливе місце займають додаткові послуги, що представляють собою пропозицію понад те, що очікує споживач, або понад те, що для нього є звичним.

Тематичний ресторан прагне створити такий психологічний контекст, в якому гості відчувають не просто комфорт, а відчувають причетність до того, що відбувається. Це передається за допомогою інтер’єру, уніформи офіціантів, типу обслуговування, музичного супроводу, і, звичайно, кухні. Чим ретельніше прописані деталі такого «театру», тим більше гість відчуває себе дійовою особою, тим більше задоволення від атмосфери. У тематичному ресторані, поряд з реалізацією основної потреби в їжі, гість реалізує такі потреби, як потреба у враженнях та емоціях. Для тематичного ресторану характерним є взаємозалежність між усіма елементами, починаючи з назви ресторану і завершуючи атмосферою, що підсилює значення всіх його характеристик.

Особливостям організації роботи тематичних закладів в Україні і у Світі присвячені праці Пятницької Н. О., Мальської М. П., Гаталяк О. М., Ганич Н. М., Завадинсь-

кої О. Ю., Литвиненко Т. Є., Артемова О. М., Козлова В. А., Скавронської І. В., Платунова Е., Нарвселеус Е. та ін. [1; 2; 4; 5; 6; 7]. Однак, систематизації закладів ресторанного господарства цікавих концепцій на сьогодні не зроблено.

Тому метою нашої роботи є дослідження тематичних закладів Світу та України.

Результати дослідження. У Світі сьогодні існує більше 900 тематичних закладів [14]. Найбільша їх кількість знаходиться в Європі — 43 %. Друге місце за кількістю тематичних ресторанів у Світі займає Америка — 26,80 %, при цьому 95 % їх знаходиться у Північній Америці. Тематичні заклади Азії становлять 25, 9 % і розміщені вкрай не рівномірно, переважно у південній і східній частині континенту та на островах. Частка тематичних закладів в Австралії — 1,95 % і в Африці — 1,72 % від загальної кількості цих закладів у Світі (рис. 1).

Аналіз та узагальнення існуючих світових тематичних закладів дозволяють, на нашу думку, їх умовно поділити, залежно від впроваджених інновацій у виробництво ресторанних послуг, на шість груп (рис. 2).

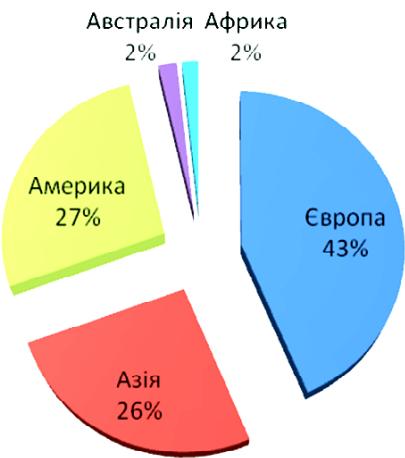


Рис. 1. Частка тематичних закладів Європи, Азії, Америки, Африки та Австралії



Рис. 2. Класифікація тематичних закладів ресторанного господарства

Більше 350 світових тематичних закладів приваблюють увагу гостей інноваційним обслуговуванням та розвагами, у яких офіціантами працують мавпи, роботи, і, навіть, діти [14]. До закладів цієї групи відноситься ресторан NG Meat Bar (Тель-Авів, Ізраїль), у якому влаштовують традиційні частування, коли всі гості розміщаються за одним величезним столом та пригощаються різними м'ясними делікатесами без тарілок, виделок та ножів, і беруть їжу виключно руками.

Серед розваг, що пропонують заклади першої групи, відноситься показ пародій на кінофільми, вилов риби для власного обіду, можливість подивитись у професійний телескоп, пообідати з жирафами, зміями, морськими черепахами та ін. [14].

Оригінальною тематикою відзначаються більше 100 світових тематичних закладів, які можна умовно віднести до другої групи. Прикладом є незвичний заклад ресторанного господарства — Modern Toilet («Сучасний туалет»), який знаходиться на острові Тайвань [13]. До цікавих тем цієї групи відносяться концепції, пов'язані з лікарнею, школою, тюрмою, автомобілями, НЛО, шпигунами, авіацією та ін. [14].

До третьої групи відносяться близько 50 закладів, які можна позиціонувати як найстаріший, найдорожчий, найвищий, найбільший, найменший ресторани у світі, а

також заклади з найбільшою колекцією вин (блізько 90 000 пляшок, починаючи від 18 століття), найшвидший ресторан у світі за обслуговуванням (рекорд швидкості обслуговування становить 13 секунд після замовлення), найбільший плаваючий ресторан (на 4300 гостей) та інші [14].

Четверта група включає більше 120 закладів, меню яких вирізняється як екзотичними стравами так і продуктами для їх приготування. Це тематичні заклади з молекулярною кухнею, середньовічною кухнею, кухнею давніх ацтеків, вікінгів та інші. В меню тематичних закладів цієї групи включені страви з акули, алігатора, лева, оленів, ведмедя, риби фугу та інших продуктів [14].

До п'ятої групи тематичних закладів можна віднести більше 230 підприємств, які вирізняються незвичайним місцем розташування. Серед них перший підводний ресторан у світі «Ithaa», Мальдівська Республіка (знаходиться на 5 метрів нижче рівня моря), тематичний заклад «Gajumaru», Гаймару, Японія (ресторан на дереві на острові Окінава, потрапити в який можна крученими сходами або ліфтом, що вмонтованій у стовбур дерева), знаменитий «повітряний» ресторан Singapore Flyer Restaurant (в капсулі Колеса огляду в Сінгапурі) [13]. До цієї групи також входять тематичні заклади, що розміщені у старих млинах, на краю кратера діючого вулкану, проти водоспадів, на величезних скелях, у печерах та інших, незвичних для закладів ресторанного господарства, місцях [14].

Шоста група світових тематичних закладів ресторанного господарства, в яку входить більше 60 підприємств, вирізняється незвичним дизайном інтер'єру, архітектурою, які дозволяють створити необхідний настрій закладу. Фахівці з інтер'єру для відвідувачів, з метою створення особливого настрою, в цих закладах використовують повною мірою колірні, звукові, освітлювальні, декоративні та візуальні ефекти. До цієї групи належать: неймовірний ресторан з льоду в одній з найспектакльніших країн у світі — «Ice Lounge», Дубаї (ОАЕ) (все зроблено з крижаних брил — дивани, столи, барна стійка, декорації), ресторан «Airbus A380», який знаходиться в Китаї (має оригінальний вигляд найбільшого пасажирського лайнера у світі Airbus A380) [13]. До цієї групи можна віднести також тематичні заклади, інтер'єр яких відрізняється великою кількістю, наприклад, велосипедів, тракторів, опудал, ракет, та іншими незвичними для ресторану предметами [12].

Головна мета тематичного закладу розважити відвідувачів. Для цього стають у нагоді колорит, почуття гумору, стереотипи й епатаж. Унікальність тематичних закладів у кожній країні, навіть при повторенні концепції, є різною, оскільки атмосфера, яка є винятковою в одній країні, може бути не такою цікавою в іншій. Врешті, деякі концепції повторюються тільки через те, що важко нескористатись простою і цікавою ідеєю: наприклад, ресторани, у яких можна поїсти в темряві, ресторани-лікарні є практично у кожному місті, у якому є багато туристів, що прагнуть надзвичайних вражень. Україна теж вирізняється значною кількістю тематичних закладів з оригінальними концепціями, які знаходяться в Києві, Одесі, Харкові, Дніпропетровську та Львові.

Серед київських тематичних закладів слід назвати андеграундне кафе «Фазенда», яке відвідувачі найчастіше називають треш-кафе, що в перекладі означає «кафе зі сміття», тому що з непотрібних речей творці закладу зробили внутрішній дизайн. Разом з кафе «Фазенда» до тематичних закладів, які відносяться до групи, що відзначається незвичним дизайном, можна віднести ще один київський ресторан — «Улюблений дядько» [9]. Цікавим і незвичним обслуговуванням і розвагами відзначаються кафе-галактика «Trans-Force Cafe», у якому за допомогою 35-метрового екрану і проекційної системи в залі то з'являються, то зникають столиці світу, морські глибини і далекі

космічні галактики; паб-бібліотека «Бабуїн», відомий своїми вечорами, на яких виступають музичні гурти, проводяться різноманітні майстер-класи, вечори кіно, в якому є багато книг і реалізується традиція «підвішеної кави»; анти-ресторан «Циферблат», у якому оплачується час перебування у закладі, під час якого відвідувачі можуть читати, працювати на комп’ютері, грati в настільні ігри, готувати на кухні чай та каву до печива, що є єдиними в меню; абсент-бар «Палата № 6», відзначається оригінальністю і швидкістю обслуговування офіціантками у білих халатах.

До групи тематичних закладів Києва, які цікаві своєю тематикою, можна віднести вареничну «Катюша», на стінах якої можна побачити — совкові шпалери, агітаційні плакати, валізи, друшляки, колеса від велосипедів і навіть телефонну будку, а на великому екрані з проектором — старі радянські фільми. Тематичні заклади з оригінальним місцем розміщення — це кав’янрі «Кофейбуси», які у середині більше схожі на вагони поїзда з доброзичливими офіціантами-провідниками та фіто-кафе «Соляна печера», що відтворює для жителів мегаполісу мікроклімат соляної шахти.

Серед тематичних закладів Одеси вирізняються своєю тематикою заклади — «Бульвар», «Дача», «Бернардацци», а оригінальним дизайном — «Mama Casalla» і «Unit» [10].

Відомими тематичними закладами Дніпропетровська є «Товариш Саахов», Харкова — «Green House», «Tuk Tuk» [8; 11].

Особливу увагу необхідно приділити тематичним закладам Львова. Львів сьогодні це туристичний центр України завдяки пам’ятникам архітектури, соборам, музеям і незвичайним, креативним і цікавим гастрономічним закладам: кафе, ресторанам, барам, пабам і кондитерським, в яких розкривається атмосфера міста, його неповторність [3].

Кафе «Криївка», «Мазох», «Під золотою розою», Перша Грильова Ресторація «М’яса та Справедливості» намагаються привабити гостей інсценізованою автентичністю, інтерактивністю та емоційним реалізмом, що так само, як і в сучасному музеї, задіюють зір, звук, запах, дотик. За рахунок атракційного обслуговування і розваг актуалізується широкий спектр спогадів й афективних станів. Заклади «Гасова лямпа», «Дім легенд», «Лівий берег», кафе «Копальня кави» — мають тематики, які базуються на історичних фактах або легендах Львова. Львівські заклади — «Львівська майстерня шоколаду», «Львівські пляцки», «Сало» — відносяться до групи львівських тематичних закладів, що вирізняються своїми стравами, оскільки пропонують вироби та страви на основі шоколаду, сала або борошна. Незвичний дизайн є основою для створення таких львівських тематичних закладів, як кафе «Пошта на Друкарській» (стіни прикрашені копіями приблизно 4 тисяч раритетних колекційних листівок, стародавніми телефонними апаратами, чудернацькими друкарськими машинками).

Отже, львівські тематичні ресторани є чимось середнім поміж музеєм та закладом ресторального господарства. Подібно до музеїв, ці ресторани також використовують глобально розповсюдженні стратегії естетизації та активізації втілених спогадів, і є популярними серед туристів міста.

На основі проведеного аналізу можна сформулювати такі висновки:

- тематичні ресторани сприяють розвитку туризму в світі, надають місцям відпочинку екзотики та створюють атмосферу, в якій гости відчувають не тільки комфорт, а й причетність до того, що відбувається, опиняючись в самому центрі подій;

- у світі сьогодні існує більше 900 тематичних ресторанів. Серед яких найбільша кількість знаходитьться у Європі — 43,6 %, Америці — 26,80 %, Азії (25,9 %), і найменше — в Австралії — 1,95 % і в Африці — 1,72 %.

- світові тематичні заклади, на нашу думку, можна умовно поділити, залежно від впроваджених інновацій у виробництво ресторанних послуг, на шість груп, які

приваблюють відвідувачів обслуговуванням та розвагами, тематикою, рекордами, стравами, розташуванням і архітектурою (дизайном);

— популярні тематичні ресторани Львова займають проміжне положення між закладом ресторанного господарства, музеєм і театром завдяки використанню атракцій та атракційного обслуговування. При цьому на відміну від музеїв, ресторани не мають статусу інституції високої культури, однак їхньою перевагою є залучення відчуттів та емоцій (цікавість, азарт, гордість) у відвідувачів.

Література

1. Аромат пам'яті з присмаком ностальгії: тематичні ресторани в пограниччях Центрально-Східної Європи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://uamoderna.com/md/narvselius-thematic-restaurants-see](http://uamoderna.com/md/narvselius-thematic-restaurants-see).
2. Завадинська О. Ю. Організація ресторанного господарства за кордоном [Текст] : навч. посіб. // Ю. О. Завадинська, Т. Є. Литвиненко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. — 200 с.
3. Тематические заведения Львова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.hotelslvov.com.ua/tematicheskie-zavedeniya-lvova>
4. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) [Текст] : підруч. // М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. — К. : Центр учебової літератури, 2013. — 304 с.
5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства [Текст] : підручн. для ВУЗів / За ред. Проф. Н. О. П'ятницької. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 632 с.
6. Платунов Е. Удивительные рестораны [Текст] // Міжнародний туризм. — 2008. — № 1 — С. 19–20.
7. Скавронська І. В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду [Текст] // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту / І. В. Скавронська. — Чернівці, 2009. — Вип. 2. — С. 232Ц244.
8. Тематические рестораны Днепропетровска [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://dnepropetrovsk.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html](http://dnepropetrovsk.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html).
9. Тематические рестораны Киева [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://kiev.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html](http://kiev.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html).
10. Тематические рестораны Одессы [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://od.vgorode.ua/news/obzory/285338-tematicheskiye-zavedenyia-odessy-posmotry-hde-mozhno-oryhynalno-poest](http://od.vgorode.ua/news/obzory/285338-tematicheskiye-zavedenyia-odessy-posmotry-hde-mozhno-oryhynalno-poest).
11. Тематические рестораны Харькова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://kharkov.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html](http://kharkov.restoranchik.com.ua/places/type/theme-restaurant.html).
12. Тенденції розвитку ресторанного бізнесу — спецпроект (частина 1) [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://newsradio.com.ua/2013_04_22/Tendenc-rozvitku-restorannogo-biznesu-spesiproekt-chastina-1](http://newsradio.com.ua/2013_04_22/Tendenc-rozvitku-restorannogo-biznesu-spesiproekt-chastina-1).
13. Хліба та видовищ: найдивніші ресторани світу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://life.pravda.com.ua/travel/2012/05/17/102499](http://life.pravda.com.ua/travel/2012/05/17/102499).
14. The Most Unusual Restaurants in the World [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [www.URL: http://restoran.us/trivia/unusual.htm](http://restoran.us/trivia/unusual.htm).

Джурик Н. Р.-Й., Майструк И. Н.

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ЗАВЕДЕНИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА: МИРОВОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

В статье проведен анализ тематических заведений ресторанных хозяйств мира и Украины и предложена их классификация.

Ключевые слова: тематические рестораны, предприятия ресторанных хозяйств, мировой опыт, классификация.

Dzhuryk N. R.-Y., Maystruk I. N.

**THEMATIC RESTAURANTS:
INTERNATIONAL AND UKRAINIAN EXPERIENCE**

In the article the analysis of thematic restaurants of the world and Ukraine is conducted and their classification is offered.

Keywords: thematic restaurants, enterprises of restaurant economy, world experience, classification.

УДК 664.64.016.7

Жолинська Галина Мирославівна, ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму

ВИКОРИСТАННЯ РІЗНИХ ВІДІВ ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН У ТЕХНОЛОГІЇ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

У статті висвітлюється вплив використання харчових волокон на забагачення раціону харчування населення необхідними складниками

Ключові слова: харчування, харчові волокна, пектини, хліб, хлібобулочні вироби, функціональні продукти.

В теперішній час особливої актуальності набуває створення харчових продуктів нового покоління, що зумовлено недостатнім забезпеченням населення життєво важливими нутрієнтами: мінеральними речовинами, амінокислотами, харчовими волокнами.

У структурі харчування сучасної людини переважають продукти, в яких переробка сировини при технологічній обробці призводить до надлишку у раціоні високорафінованих харчових продуктів та недостатньої кількості в раціоні рослинної клітковини, що є необхідним складником їжі. Як наслідок — зниження опірності організму людини до негативних впливів довкілля та прогресуючих захворювань.

Харчові волокна належать до переліку основних функціональних інгредієнтів, котрі можна використовувати при створенні хлібобулочних продуктів функціонального призначення, що є продуктами масового і щоденного споживання. Тому хлібобулочні вироби найбільш раціонально застосовувати для забагачення харчового раціону з точки зору повноцінного харчування.

Харчові волокна є рослинними компонентами, які не перетравлюються в травній системі організму людини. Вони містяться в овочах, фруктах і злаках. Волокна очищають кишківник, зменшують кількість холестерину, покращують перистальтику кишківника, сприяють зниженню рівня цукру в крові. При регулярному споживанні харчових волокон нормалізується обмін речовин. Одні з них володіють пребіотичними властивостями (сприяють розвитку нормальної мікрофлори), інші утворюють сполуки з токсичними і радіонуклідами, виводячи їх з організму. Середня добова потреба організму в харчових волокнах складає від 25 до 38 гр. [1].

До харчових волокон відносять речовини, які можна поділити на 3 групи, і до них належать [4]:

- пектин (фрукти, овочі) — ферментуються бактеріями; водорозчинні клейкі полісахариди — камеді (складаються з глукози, галактози, рамнози, арабінози та їх уронових кислот); слизі — полісахариди (з морських водоростей, насіння льону); геміцелюлоза (входять до складу злакових, кукурудзи);
- целюлоза, геміцелюлоза (частково ферментуються бактеріями);
- лігнін (неферментовані волокна).

Враховуючи важливу роль харчових волокон у харчуванні, зростає необхідність забагачення виробів ними та їх компонентами. Значну кількість клітковини містять бобові (3,9–5,7 %), вівсянка крупа (2,8 %), толокно (1,9 %), зерно (2,3 %), морква, томати, гарбуз (1,2 %), картопля, гречана крупа (1,1 %), хліб пшеничний із цілого зерна (2,0 %) [4].

Вирішення проблеми недостатньої кількості харчових волокон у сучасному раціоні харчування людини повинне ґрунтуватися на створенні різноманітного асортименту функціональних продуктів [2].

Хлібобулочні вироби можна розглядати як основні види продуктів харчування, що можна віднести до функціональних за рахунок використання сировини з високим вмістом рослинної клітковини (пшеничні і житні висівки, борошняні композиційні суміші) і чистих форм харчових волокон (мікрокристалічна целюлоза, пектин, інулін). Волокна можуть не тільки зменшити енергетичну цінність хлібобулочних виробів, але й збільшити вміст необхідних фізіологічно цінних компонентів. При сучасному рівні споживання хліба, хлібобулочних виробів та їх асортиментному складі, населення із зазначеними видами продуктів харчування отримує незначну кількість харчових волокон. Досліджене, що на добу сучасна людина споживає клітковини і пектину менше 10 г, а це майже в три рази менше оптимальної кількості [2].

Лише чверть виробів із загального обсягу виробництва хлібобулочних виробів складають лікувальні гатунки хліба з підвищеним вмістом харчових волокон. Такий хліб є не стільки лікувальним, скільки профілактичним (за даними НДІ гігієни харчування України) [2]. Враховуючи незбалансованість харчування, населення України повинно отримувати їжу з підвищеним вмістом клітковини щодоби, особливо це стосується людей похилого віку. Хлібобулочних виробів цієї групи повинно бути в кілька десят разів більше, ніж тепер.

Сьогодні проводяться дослідження з питань розробок нових сортів хлібобулочних виробів, що містять фізіологічно функціональні інгредієнти.

У виробництві продуктів харчування нового покоління використовують результати досліджень таких наук, як біохімія, харчова хімія, мікробіологія, нутриціологія, гігієна харчування: результати досліджень призвели до значного удосконалення технологій, можливості доповнення традиційних харчових продуктів продуктами з новими властивостями, до створення харчових функціональних продуктів, які б відповідали вимогам та реаліям сьогоднішнього дня. Значна роль у вдосконаленні харчових продуктів (хлібобулочних круп'яних і макаронних, виробів, м'ясних, жирових і молочних продуктів) належить харчовим мікроінгредієнтам, у тому числі харчовим волокнам.

Основною сировиною для хлібобулочних виробів є борошно. Тому актуальним аспектом коригування складу борошна є підвищення його харчової цінності шляхом збільшення вмісту вітамінів, мінеральних речовин та дієтичних волокон. Це зумовлено тим, що переробка зернових культур в борошно супроводжується істотними втратами мікронутрієнтів — вітамінів та мінералів: при обробці їх видаляють разом з зерновими оболонками і зародком. Процес приготування хлібобулочних виробів викликає додаткову втрату цих важливих елементів. Так, до прикладу, кількісний склад тіаміну, ніацину, вітаміну В6 у процесі виготовлення хлібобулочних виробів (від помелу зерна і до стадії випікання готових виробів) знижується в 2–6 разів. Українські науковці постійно працюють над використанням харчових волокон для створення нових видів функціональних хлібобулочних виробів.

До натуральних харчових добавок, які мають здатність підвищувати харчову та біологічну цінність хлібобулочних виробів, можна віднести пектинові речовини (Сокол Н. В., Донченко Л. В., Мисливський Б. В., 2003) [5]. Вони поліпшують хлібопекарські властивості борошна, проявляють дію поверхнево-активних речовин, впливають на набухання, підвищують волого-поглинальну здатність борошна. Використання пектинових речовин у виробництві хлібобулочних виробів не тільки сприяє поліпшенню їх якості, окрім того забезпечує профілактичні властивості хлібобулочних виробів.

Достатня кількість правильно підібраних волокон здатна зв'язати і вивести транзитом з організму до 30 % жирів, котрі надійшли з їжею. Харчові волокна зв'язують від 8 до 50 % сполук, що володіють канцерогеною активністю. В системі травлення

пектин пов'язує важкі метали (свинець, ртуть, кадмій тощо), у тому числі радіонукліди, утворюючи з ними комплекси, які виводяться з організму [5].

Окрім того, пектини мають здатність нормалізувати холестерин в організмі, підвищувати стійкість до алергії, відновлювати слизову оболонку дихальних і травних шляхів після запальних процесів. При використанні від 10 до 50 % порошку сушених яблучних вичавок замість пшеничного борошна дозволяє збільшити масу виробів та знизити об'єм, досягти рівномірного світло-коричневого забарвлення скоринки і твердості м'якушки. Пектини яблучних вичавок мають здатність значно підвищувати дріжджову активність.

Хромовою Н. С. та ін. досліджено технологію виготовлення хлібобулочних виробів з пектинами, які володіють детоксикаційними та радіопротекторними властивостями [4].

Для підвищення якісних показників хлібобулочних виробів та технологічного процесу їх виробництва досліджена можливість додавання у вироби топінамбура. Якщо при виробництві хліба додавати 2–4 % топінамбура, то вироби мають більш пористу м'якушку та інтенсивно забарвлена скоринку [4].

При додаванні порошку топінамбура більш інтенсивно проходить бродіння виробів: його тривалість зменшується на пів години. Порошок вводять в рецептuru хлібобулочних виробів, які виготовляють із житнього оббивного борошна або суміші різних гатунків пшеничного та житнього борошна. Окрім того, на 5–6 годин уповільнюється черствіння хліба, якщо до тіста додають воду у кількості пропорційній до кількості порошку. Завдяки цьому збільшується маса тіста, знижується вартість виробів, тому що коефіцієнт набухання порошку топінамбура досягає 4 (у борошні — 0). Окрім того, завдяки амінокислотам, мінеральним речовинам клітковині та інуліну в хлібі істотно підвищується кількість загального азоту [4].

Перспективним в технології виробництва хліба є застосування продуктів переробки гарбуза звичайного — *Cucurbita Pepo L.* і гарбуза великого — *C. maxima Duch.* родини *Cucurbitaceae* [2].

Вироби з гарбузовим пюре містять в 1,5 рази більше харчових волокон, в 1,6–2,3 разу калію, магнію, кальцію і в 1,2–1,6 рази каротиноїдів, більше вітамінів групи В і РР в порівнянні з хлібом, що не містить пюре. Це свідчить про те, що хліб з гарбузовим пюре може бути рекомендований для профілактики захворювань шлунково-кишкового тракту, цукрового діабету, атеросклерозу.

Також використовують харчові волокна з буряку. Отримують їх із жому, відмінною особливістю якого є високий вміст пектину, клітковини й целюлози, а також мінеральних речовин. Неосвітлені харчові волокна з буряку містять (у % до маси сухих речовин): пектин — целюлози 42–45; клітковини 26–28; лігніну 7–9; білків 5–6; мінеральних речовин 3,5–5,0. Порошкоподібні волокна мають світло-сірий колір, без запаху, смакує присмаку. Термін зберігання може перевищувати один рік [4].

Водні екстракти листків чаю використовуються як ароматний напій. Після сушіння і фасування залишається значна кількість порошку чаю, який можна використовувати як джерело харчових волокон, вихід яких після обробки чаю становить 70 %. До 5 % чайного порошку можна додавати в тісто булочок та інших виробів. Такі вироби матимуть приятний запах, смак і включатимуть кофеїн.

Під час переробки цитрусових як джерело функціональних харчових волокон використовують побічні продукти — харчові волокна цитрусових. Кінцевий склад харчових волокон, отриманих із відходів переробки цитрусових в основному залежить від технології отримання волокон [4].

Використання функціональних добавок дозволить створювати продукти нового напрямку, що забезпечить позитивний вплив на людський організм, а також знижує енергетичну цінність готових виробів, що є актуальним завданням в даний час, зменшує

дефіцит харчових волокон у харчуванні населення. Введення їх до складу виробу позитивно впливає на якість напівфабрикатів (реологічні характеристики тіста) і на якісні показники хлібобулочних виробів. Використання харчових волокон спільно з лецитинами дозволить збагатити вироби без втрати якості (зміни зовнішнього вигляду виробів).

Наука вже підтвердила формулу «здоров’я — є функція харчування». Використання харчових волокон дозволяє змінювати властивості напівфабрикатів і готових виробів: підвищувати вологопоглинальну здатність, впливати на формування реологічних властивостей, покращувати смак і аромат готових виробів і збільшувати терміни їх зберігання.

Встановлення специфіки ефективного використання харчових волокон є основою не тільки для розробки технології та виготовлення продуктів харчування (для прикладу — кондитерських виробів), у тому числі і зерно — борошняних виробів, але й для обґрунтування їх включення до харчування різних верств населення. Це дає можливість виробникам харчових продуктів у нашій країні та світі вирішувати ряд найважливіших проблем, що забезпечують прогрес у харчовій промисловості:

- розширення спектру продуктів функціонального, дієтичного харчування;
- найбільш повне задоволення потреб і запитів населення в продуктах харчування повсякденного попиту, швидкого приготування, завдяки розширенню асортименту і поліпшенню якісних характеристик продуктів харчування, які можна моделювати, використовуючи харчові добавки;
- надання продуктам заданих властивостей і характеристик (смак, колір, аромат, текстура), збільшення термінів придатності, оптимізація умов зберігання, забезпечення транспортабельності;
- виробництво масових видів продуктів харчування для населення з низькими доходами;
- зниження собівартості продуктів харчування без зміни їх якості.

Оскільки за рахунок хліба в раціоні харчування покривається не менше 30 % добової потреби в харчових речовинах, функціональне призначення цього продукту повинно займати гідне місце в харчуванні населення. Оздоровлення нації через хліб слід визнати в країні одним з пріоритетних і найбільш значущих завдань.

Таким чином, світовий і вітчизняний досвід переконливо свідчить, що найбільш ефективним і доцільним з соціальної, гігієнічної і технологічної точок зору способом кардинального рішення проблеми дефіциту споживання населенням необхідних мікронутрієнтів є випуск функціональних харчових продуктів, збагачених харчовими волокнами, вітамінами, макро- і мікроелементами до рівня, що відповідає фізіологічні потребі людини.

Література

1. Губський І. Ю. Біологічна хімія [Електронний ресурс] : підруч. для мед. ф-тів ВМНЗ IV р.а. — Режим доступу : <https://books.google.com.ua/boo>.
2. Гордієнко Г. С. Наукові та практичні аспекти оптимізації асортименту хлібобулочних виробів спеціального призначення [Електронний ресурс] / Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. — Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=26385>.
3. Кочеткова А. А., Інатова Л. Г. Роль функціональних харчових продуктів оптимізації раціонів харчування населення [Текст] : збірник наукових праць МПА, випуск VI/1. — М. : Гиорд., 2008. — С. 180–186.
4. Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення [Текст] : навч. пос. / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 544 с.
5. Сирохман І. В. Якість і безпечність зерноборошняних продуктів [Електронний ресурс] : навч. посібник / І. В. Сирохман, Т. М. Лозова. — К. : Центр навч. л-ри, 2006. — 363–381 с. Режим доступу : <http://internal.khntusg.com.ua/>.

6. Тарасова В. В., Філатова А. А., Нечаєв А. П., Прянишиников В. В., Банцікова Т. А. «Могунція-Інтеррус». Харчові волокна серії «Вітацел» фірми «Могунція» у виробництві хлібобулочних виробів [Текст] // Хлібопродукти. — М., 2007. — № 9. — С. 46–48.

Жолинская Г. М.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПИЩЕВЫХ ВОЛОКОН В ТЕХНОЛОГИИ ХЛЕБОБУЛОЧНЫХ ИЗДЕЛИЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

В статье освещается влияние использования пищевых волокон на обогащение рациона питания населения необходимыми составляющими.

Ключевые слова: питание, пищевые волокна, пектин, хлеб, хлебобулочные изделия, функциональные продукты.

Zholynska G. M.

USING DIFFERENT TYPES OF DIETARY FIBER IN TECHNOLOGIES BAKERY FUNCTIONAL PURPOSE

The article highlights the impact of the use of fiber to enrich the diet of the population necessary components.

Tags: food, fiber, pectin, bread, bakery products, functional foods.

УДК 641/642

Івашиків Лариса Ярославівна, к. б. н., доцент,
Шах Андрій Євгенович, к. б. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ФІТОЧАЙВ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Для України здорове харчування є актуальною проблемою через несприйнятливу екологію харчування, порушення структури раціону, його якості, нестачу незамінних мікронутрієнтів у їжі. Перспективним способом вирішення цієї проблеми є впровадження у раціони фіточайв на основі лікарських рослин. З метою розширення асортименту їх використання в закладах ресторанного господарства нами розроблено технології дес'яти фіточайв різного призначення (вітамінні, загальнозміцнюючі та заспокійливі). Для їх приготування використовували шипшину, суніцю, ромашку, м'яту, звіробій та інші рослини, які корисно споживати на щоден. Методом органолептичного аналізу визначали оптимальні співвідношення вмісту компонентів у напоях на основі оцінки показників якості. Аналіз лікарських властивостей рослин дав змогу обґрунтувати оздоровче призначення напоїв. Нові технології впроваджені у меню науково-дослідної бази практики студентів Львівського інституту економіки і туризму — «Фітобарі».

Ключові слова: здорове харчування, фіточай, лікарські рослини, чайні напої.

Сучасний ресторанний бізнес постійно в динаміці: триває пошук інноваційних ресторанних технологій орієнтованих на більш якісне задоволення потреб споживачів, що даватиме підприємствам конкурентні переваги, а отже, в кінцевому рахунку і більший прибуток. Вводяться інновації у сфері обслуговування гостей, зокрема, пов'язані із ширшим використанням новітніх інформаційних (комп'ютерних) технологій; вдосконалюються інноваційні ресторанні технології завдяки впровадженню прогресивного устаткування, нових способів обробки харчових продуктів, розширенню сировинної бази із використанням нових видів нетрадиційної сировини (біологічно активних добавок, екзотичних продуктів, природних функціональних продуктів, лікарських рослин тощо). Водночас у всьому світі здійснюється переорієнтація споживачів на здорове харчування (вегетаріанські ресторани, східна кухня, ф'южн кулінарія, фітобари тощо).

Для України здорове харчування є актуальну проблемою, оскільки чверть нашого населення проживає в екологічно несприятливих умовах. Після Чорнобильської катастрофи у багато разів збільшилася кількість серцево-судинних захворювань, хворих на туберкульоз і онкологію. Здоров'я населення погіршується через розбалансованість та одноманітність раціонів харчування, забруднення продуктів харчування, використання в їжу великої кількості висококалорійних (багатих на жири та цукор), технологічно оброблених (рафінованих, із значним вмістом харчових добавок) продуктів, а також, через дефіцит окремих незамінних мікронутрієнтів: вітамінів, мінеральних речовин, поліненасичених жирних кислот, незамінних амінокислот, харчових волокон.

Одним із джерел життєвонеобхідних мінорних компонентів їжі є лікарська рослинна сировина. Вона характеризується різноманітним складним якісним та кількісним складом біологічно активних речовин, зокрема: амінокислот, вітамінів, глікозидів, алкалоїдів, дубильних речовин, органічних кислот, фітонцидів, мікроелементів, ефірних олій. Відомо, що в лікарських рослинах містяться усі елементи таблиці Менделєєва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням створення, удосконалення та розширення асортименту напоїв із використанням лікарської сировини [1; 4–5; 11–13], вивчення її корисних властивостей [2; 7; 8] приділено увагу в багатьох роботах вчених. Чаї на основі лікарської сировини є альтернативою звичайному чаю, який крім корисних властивостей має і негативні.

Як зазначає Мамчур Ф. І. в листках чаю міститься бензиловий спирт, який згубно впливає на хворих з розладами серцево-судинної системи, людей похилого віку та малих дітей. Небажано вживати велику кількість кофеїну при нервових розладах [9, с. 13].

Ця проблема продовжує бути актуальною, у зв'язку з цим триває пошук напоїв, які могли б бути замінниками чаю. Оскільки наш край багатий на екологічно чисту лікарську сировину (ширше використання якої із оздоровчими та профілактичними цілями сприятиме збагаченню раціонів українців необхідними мікронутрієнтами), тому метою дослідження була розробка технологій оздоровчих фіточайв для розширення асортименту їх використання в закладах ресторанного господарства.

Тисячоліттями люди вживали настої та відвари із рослинної сировини на щодень та для лікування. З появою чайного листя поступово зникала ця звичка та забулись рецепти чайних напоїв.

Один із карпатських мудреців-довгожителів, Андрій Ворон, що прожив 104 роки, сказав: «Найкраще питво — вода і чаї з трав та листя».

За своїм призначенням трав'яні чаї поділяють на напої повсякденного споживання, профілактичні та лікувальні [9, с. 17; 14, с. 13].

Фітонапої повсякденного споживання можна називати оздоровчими. Вони відрізняються від лікувальних фіточайв (які приймаються за призначенням лікаря для профілактики та лікування різних захворювань) тим, що містять менш концентрований вміст рослинних компонентів та меншу кількість складників у рецептурі.

Повсякденні чаї готують з харчових і лікарських рослин, які містять необхідні організмові фізіологічно активні сполуки: вітаміни, мікроелементи тощо, але позбавлені сильнодіючих речовин [9, с. 17].

Як сировину для оздоровчих фіточайв використовують квітки, траву, листки, плоди та корені. Такі напої, як і звичайний чай, вгамовують спрагу та сприятливо впливають на весь організм людини. Їх класифікують за призначенням як: вітамінні, загальнозміцнююальні, тонізуючі та заспокійливі.

Для збільшення асортименту оздоровчих фіточайв розроблено рецептури дев'яти напоїв різного складу: «Гарний настрій» (№ 1), «Лісовий аромат» (№ 2), «Фіто-вітамінний напій з пилком» (№ 3), «Бадьорість» (№ 4), «Дев'ять сил» (№ 5), «Суничний» (№ 6), «Липово-мелісовий» (№ 7), «Насолода» (№ 8) та «Свіжість» (№ 9).

При розробці технологій приготування та складанні рецептур оздоровчих фіточайв було проаналізовано дані різних джерел наукової літератури, зокрема, щодо комбінації певних компонентів рецептури [9; 14].

Сировиною для розробки оздоровчих фіточайв обрано одинадцять найпоширеніших лікарських рослин нашого краю: звіробій звичайний (трава), липа серцелиста (квітки), бруслиця звичайна (листки), материнка звичайна (трава), меліса лікарська (листки), м'ята перцева (листки), ромашка (квітки), смородина чорна (листки), суниця лісова (листки), чебрець звичайний (трава), шипшина (плоди). Також, для надання чайним напоям солодкості та аромату використовували мед, та для додаткового збагачення мікронутрієнтами — квітковий пилок.

Квітковий пилок і мед мають позитивний вплив на організм людини при фізичних, нервових, психічних навантаженнях, а також, при цілій низці захворювань: анеміях, функціональних і органічних ураженнях серцево-судинної, травної систем, печінки, жовчного міхура, захворюваннях нервової системи. Квітковий пилок містить набагато більше біологічно активних речовин ніж мед. Його біологічна цінність обумовлена вмістом у ньому понад вісімсот цінних харчових і лікарських речовин.

Таблиця 1
Головні лікувальні властивості рослинних компонентів фіточай

Рослина	Лікувальні властивості
Звіробій звичайний (трава)	знімає судоми, в'яжучий, жовчогінний, збуджує функцію шлунка, сечогінний, загальнозміцнювальний, заспокоює нервову систему, місцево протизапальний, ранозагоювальний, антибіотичний
Липа серцелиста (квітки)	потогінна, обволікаюча, сечогінна, у сумішах діє спазмолітично (знімає судоми)
Брусиця звичайна (листки)	знижує вміст цукру в крові, знезаражує сечові шляхи, антисептик, сечогінна, антибіотична
Материнка звичайна (трава)	запашна, відхаркувальна, збуджує функцію шлунка, заспокоює нервову систему, антисептик, місцево протизапальна, сечогінна, знімає судоми, регулює менструальний цикл
Меліса лікарська (листки)	заспокійлива, протиспазмотична, протинудотна, запашна, збуджує функцію шлунка, проносна (знижує ферментацію, здуття кишечника), жовчогінна, бактеріостатична та противірусна
М'ята перцева (листки)	знеболювальна, антисептик, збуджує функцію шлунка, проносна (знижує ферментацію, здуття кишечника), запашна, тамує біль нейрогенного характеру, жовчогінна, жовчотвірна, знімає судоми
Ромашка лікарська (квітки)	місцево протизапальна, протиспазмотична, протинудотна, збуджує функцію шлунка, жовчогінна, знижує здуття кишечника, протиалергічна, в'яжуча, пом'якшувальна, потогінна, жарознижувальна, протиревматична, регулює менструальний цикл
Смородина чорна (листки)	в'яжуча, потогінна, сечогінна, загальнозміцнювальна, протиревматична
Суниця лісова (листки)	сечогінна, в'яжуча, сприяє обміну речовин та нормалізації складу крові (протиалергічна)
Чебрець звичайний (трава)	антибіотичний, відхаркувальний, протикашльовий, збуджує функцію шлунка, в'яжучий, знеболювальний, глистогінний
Шипшина (плоди)	протицинготна (джерело вітаміну С), жовчогінна, в'яжуча, загально зміцнюювальна, глистогінна, сприяє обміну речовин

Лікувальні властивості зазначених вище рослинних компонентів фіточай підтверджено тривалими дослідженнями. Подамо їх у таблиці 1, користуючись даними з книги Кархута В. В. [6].

Оптимальні співвідношення вмісту компонентів у напоях визначали методом органолептичного аналізу. Для кожного фіточая проводили чотири досліди. У таблиці 2 представлено рецептурний склад розроблених оздоровчих фіточай, а саме: оптимальні співвідношення рецептурних компонентів, при яких чаї отримали найвищі бали органолептичних показників якості напою (зовнішнього вигляду, кольору, смаку та запаху). Їх середня органолептична оцінка знаходилась у межах від 4,37 до 4,78 балів за 5-баловою шкалою. Ці напої володіли злегка насыченим кольором, добрым смаком, приемним післясмаком та ароматом, що властивий компонентам рецептури.

Слід зазначити, що суницю лісову (листки) у рецептурах можна замінити аналогічною кількістю ожини сизої (листки). Як зазначає Кархут В. В. [6], ці рослини мають подібний хімічний склад та лікувальні властивості.

Для виготовлення фіточай кожен компонент сировини подрібнювали із використанням млинка, а пізніше змішували. Приготування оздоровчих фіточай займає менше

Таблиця 2

Рецептурний склад розроблених оздоровчих фіточайв

Найменування рецептурних компонентів	Порядковий номер рецептури фіточая								
	№ 1	№ 2	№ 3	№ 4	№ 5	№ 6	№ 7	№ 8	№ 9
Звіробій звичайний (трава)	—	3,6	—	2,7	4	—	—	—	—
Липа серце листа (квітки)	—	—	—	—	—	—	4	—	—
Брусниця звичайна (листки)	—	0,8	—	—	—	—	—	—	—
Материнка звичайна (трава)	—	—	—	2,7	—	—	—	—	—
Меліса лікарська (листки)	—	—	—	—	—	—	4	—	—
М'ята перцева (листки)	—	—	—	2,7	—	2,7	—	—	4
Ромашка лікарська (квітки)	—	—	6,8	—	—	2,7	—	2	4
Смородина чорна (листки)	—	—	—	—	4	—	—	4	—
Суниця лісова (листки)	6,4	—	—	—	—	2,7	—	—	—
Чебрець звичайний (трава)	—	3,6	—	—	—	—	—	4	—
Шипшина (плоди)	9,6	—	6,8	—	—	—	—	6	—
Квітковий пилок	—	—	2,4	—	—	—	—	—	—
Мед	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Вода	950	950	950	950	950	950	950	950	950
Вихід	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000

часу, ніж приготування лікувальних фіточайв. При їх приготуванні використовували таку технологію: подрібнену сировину заливати окропом та настоювати протягом 3–5 до 10 хв у закритому вигляді. Для заварювання настою слід користуватись фарфоровим чайником або емальованим посудом, щоб менше руйнувались вітаміни. Напій проціджають через чайне ситечко, охолоджують до температури 40–45 °C. Потім у напій додають мед, або подають його окремо до чаю. Квітковий пилок при додаванні його у «Фіто-вітамінний напій з пилком» подрібнюють у ступці, змішують з медом, пізніше додають у теплий чай ($t = 60$ °C). Подают фіточай теплими в горнятках (влітку можна і холодними). Температура подачі 40–45 °C. Термін реалізації чайного напою не більше 30 хв від моменту заварювання.

Спеціалісти рекомендують дотримуватись декількох правил, які обов'язково треба виконувати при заварюванні чаю, як натурального, так і з лікарських рослин. Найголовніші з них: не перегрівати заварку, не розбавляти її, не користуватись металевим чайним посудом [9, с. 12].

Кундіус Д. та Гончарова І. [7], аналізуючи вплив різних температурних і часових параметрів настоювання фіточайв, визначили, що найсприятливішими з погляду збереження С-вітамінності настоїв є температура води 60 і 90°C та час настоювання — 10 хв [7].

Виходячи з цього пропонуємо використовувати також інший спосіб заварювання фіточайв, тобто заливати сировину водою, що закипіла та охолола до 80–90° C із подальшим настоюванням протягом 10–15 хв у закритому вигляді, щоб не випаровувались ефірні олії.

Оскільки для приготування фіточай «Гарний настрій», «Лісовий аромат», «Бадьорість», «Фіто-вітамінний напій з пилком» використовувалась сировина із полівітамінних рослин (шипшина, брусниця), їх можна умовно класифікувати за призначенням як вітамінні чаї.

Як зазначає професор Мамчур Ф. І., напої з полівітамінних рослин за умови систематичного вживання, як свідчать спостереження, стимулюють обмін речовин в організмі, кровотворення, регенерацію тканин, підвищують активність захисних механізмів [9, с. 18].

Розроблені фіточай «Бадьорість», «Дев'ять сил», а також, «Фіто-вітамінний напій з пилком» володіють загальнозміцнюючими властивостями, оскільки до їх складу входить звіробій, листки смородини. Ці чаї добре впливатимуть на обмінні процеси в організмі. Звіробій, як видно з табл. 1, має широкий спектр впливу.

Лапін А. із співавт. [8] досліджували антиоксидантні властивості продуктів рослинного походження, у т. ч. й лікарських рослин. Дослідники встановили, що трав'яні чаї володіють більшими антиоксидантними властивостями, ніж чорний чай. За їхніми даними, антиоксидантна емність водних настоїв рослинної сировини щодо деяких використовуваних нами рослин зменшується в такій послідовності: звіробій звичайний > чебрець звичайний > м'ята перцева > ромашка лікарська [8].

До заспокійливих фіточай віднесемо «Суничний», «Липово-мелісовий», «Насолоду» та «Свіжість», оскільки до їх складу входять рослини із заспокійливими властивостями. Передусім це рослини, що використовуються в сучасній медицині: глід криваво-червоний, валеріана лікарська, материнка звичайна, липа серцелиста, м'ята перцева, півонія похила, кропива собача, ромашка аптечна, синюха блакитна, сухоцвіт болотяний, чебрець звичайний, чебрець повзучий [9, с. 20].

У наш час через постійне збільшення інформації зростає розумове та нервово-психічне навантаження, що може негативно вплинути на діяльність центральної нервової та серцево-судинної систем і процеси обміну речовин. Тому впровадження заспокійливих чаїв до раціонів харчування, які діють м'яко, не викликають звикання як синтетичні транквілізатори, є необхідним. У таблиці 3 узагальнено загальне призначення розроблених рецептур оздоровчих фіточай. Такі чаї рекомендуємо споживати людям розумової праці, дітям та особам із ослабленим організмом.

Розроблені фіточай № 2–9 (табл. 2) є корисними і для фізіології травлення. Їх можна споживати після вживання ситної їжі, оскільки біологічно активні речовини сировини напоїв сприятливо впливають на функцію шлунково-кишкового тракту (табл. 1).

Таблиця 3
Загальне призначення розроблених рецептур оздоровчих фіточай

№ п/п	Назва фіточай	Призначення фіточай
1	«Гарний настрій»	Вітамінний
2	«Лісовий аромат»	Вітамінний
3	«Фіто-вітамінний напій з пилком»	Вітамінний, загальнозміцнюючий
4	«Бадьорість»	Вітамінний, загальнозміцнюючий
5	«Дев'ять сил»	Загальнозміцнюючий
6	«Суничний»	Заспокійливий
7	«Липово-мелісовий»	Заспокійливий
8	«Насолода»	Заспокійливий
9	«Свіжість»	Заспокійливий

Це звіробій звичайний, материнка звичайна, меліса лікарська, м'ята перцева, ромашка лікарська та чебрець звичайний. Переважно, це запашні трави, які завдяки вмісту ефірних олій стимулюють нервові закінчення шлунково-кишкового тракту й цим самим сприяють травленню та покращують засвоєння поживних речовин.

Для посилення дієтичних і оздоровчих властивостей фіточайів пропонуємо додавати до них свіжий сік однієї четвертої частини лимону (або його дольку). Такий чай буде більш ефективно впливати на організм людини: він освіжатиме у спеку, краще відновлюватиме сили та вгамовуватиме спрагу. Чайний напій з лимоном буде корисний і для функції травлення, особливо у випадку зниженої кислотності шлунку.

На основі проведеного аналізу розроблено нормативно-технологічну документацію на нові напої (технологічні та калькуляційні картки) та їх впроваджено у виробництво на науково-дослідній базі практики Львівського інституту економіки і туризму — у «Фітобарі» (вул. Дж. Вашингтона, 5 а). Розрахунок калькуляційних карт на нові напої показав, що їх впровадження у виробництво є економічно вигідним, оскільки вартість напоїв знаходитьться в межах від 2,60 грн. до 4,4 грн. за 250 мл напою. У «Фітобарі» Львівського інституту економіки і туризму вартість фіточайів є нижчою (межах від 1,5 грн. до 2,0 грн. за 250 мл), оскільки частково сировину для напоїв збирають студенти під час літніх канікул (суници лісову (листки), брусницю звичайну (листки), смородину чорну (листки)).

Важливою умовою приготування якісних фіточайів є якість компонентів із яких готується чай. Викладачами кафедри оздоровчого харчування, екології та безпеки туризму розроблено методичні рекомендації щодо заготівлі, висушування та зберігання лікарської сировини [10] та довідник «Фіточайі» [2] на допомогу студентам. Опрацювавши цю літературу здобувачі вищої освіти набувають практичних навичок якісного збирання, сушіння, зберігання рослинної сировини та приготування оздоровчих чайних напоїв.

Трав'яні фіточайі добре вгамовують спрагу. Як зазначає лікар натуропат Кристофер Вазей, «лікарські властивості трав не перешкоджають засвоєнню води в організмі. Ale це лише у тому випадку, якщо настої не містять цукру, або не виготовлені з рослин, що володіють сечогінною дією» [3, с. 75].

У нашому випадку сечогінний ефект (як видно з табл. 1) має така сировина: звіробій звичайний, липа серцелиста, брусниця звичайна, материнка звичайна, смородина чорна, суниця лісова.

Цей самий автор зазначає, «сечогінні напої можна використовувати лише у невеликих кількостях та протягом обмеженого періоду часу» [3, с. 75]. Загалом, оздоровчі фіточайі є безпечними, оскільки в них вміст лікарських рослин є нижчим ніж, у лікувальних, а також, тривалість заварювання настоїв є меншою.

Можна підсумувати, що оздоровчі напої на основі лікарської рослинної сировини, для приготування яких найчастіше використовують шипшину, суници, ромашку, м'яту, звіробій та інші рослини, корисно споживати на щоден. При дотриманні правил їх споживання (чергування напоїв із різної сировини, помірна кількість споживання) вони сприятливо впливатимуть на обмінні процеси в організмі, кровотворення, регенерацію тканин, підвищуватимуть активність захисних механізмів та усуватимуть нервово-психічні навантаження.

Для популяризації цих напоїв у закладах ресторанного господарства розроблено технології дев'яти фіточайів різного призначення: а) вітамінні — «Гарний настрій», «Лісовий аромат»; б) вітамінні та загальнозміцнюючі — «Бадьюсть», «Фіто-вітамінний напій з пилком»; в) загальнозміцнюючий — «Дев'ять сил»; г) заспокойли-ві — «Суничний», «Липово-мелісовий», «Насолода» та «Свіжість». Вартість напоїв знаходиться в межах

від 2,60 грн. до 4,4 грн. за 250 мл напою. Одержані результати дали змогу впровадити нові розробки у меню «Фітобару» Львівського інституту економіки і туризму. Для покращення попиту на продукцію «Фітобару» та ознайомлення потенційних покупців з оздоровчими властивостями розроблених фіточай було підготовлено рекламні буклети-меню, у яких подано фотографії напоїв, інформацію про їхній склад, корисні властивості компонентів чаю та певні застереження при споживанні.

Необхідними є подальші наукові дослідження у цій сфері для з'ясування можливостей використання лікарської рослинної сировини у харчуванні людини на основі сучасних уявлень про механізми оздоровчої та лікувальної дії біологічно активних речовин лікарських рослин.

Література

1. *Бабий Н. В.* Тонизирующие напитки с функциональными свойствами [Электронный ресурс] / Н. В. Бабий, Е. Н. Соловьева, В. А. Помозова, Т. Ф. Киселева // ISSN 2074-9414. Техника и технология пищевых производств. — 2013. — № 3. — С. 101–105. — Режим доступу : <http://fptt-journal.ru/?page=archive&jrn=30&article=21>.
2. *Бомба М. Я.* Фіточай [Текст] : довідник / М. Я. Бомба, У. Б. Лотоцька-Дудик, О. Б. Максимець. — Львів : ЛІЕТ, 2010. — 64 с.
3. *Вазей К.* Вам прописана вода [Текст] / К. Вазей : пер. с англ. Т. А. Попкова. — Минск : Попурри, 2008. — 112 с. — ISBN 1-59447-095-6(англ.). — ISBN 978-985-15-0453-0(рус.).
4. *Вітряк О. П.* Технологічні аспекти використання пряно-ароматичної сировини у технології напоїв [Електронний ресурс] / О. П. Вітряк // Проблеми екологічної біотехнології. — 2014. — № 2. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/peb_2014_2_4.
5. *Гаврилишин В. В.* Дослідження можливостей поліпшення споживчих властивостей чайних напоїв [Текст] / В. В. Гаврилишин, М. П. Ковалчук, Н. Р. Джурик // Вісник Львівської комерційної академії / [ред. кол. : Б. Д. Семак, Н. І. Доманцевич, А. І. Пілявський та ін.]. — Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2009. — Вип. 10. — С. 16–20. (Серія товарознавча).
6. *Кархут В. В.* Жива аптека [Текст] / В. В. Кархут. — К. : Здоров'я, 1992. — 312 с. — ISBN 5-311-02680-4.
7. *Кундіус Д.* Біологічна цінність фіточай із плодами шипшини [Текст] / Д. Кундіус, І. Гончарова // Товари і ринки, 2010. — № 1. — С. 138–142.
8. *Лапин А. А.* Антиоксидантные свойства продуктов растительного происхождения [Текст] / А. А. Лапин, М. Ф. Борисенков, А. П. Карманов и др. // Химия растительного сырья. — 2007. — № 2. — С. 79–83.
9. *Мамчур Ф. І.* Цілюще зело [Текст] / Ф. І. Мамчур. — К. : Здоров'я, 1993. — 208 с. — ISBN 5-311-02704-5.
10. Методичні рекомендації щодо заготівлі, висушування та зберігання лікарської сировини для забезпечення функціонування фіто-бару ЛІЕТ [Текст]. — Уклад. Бомба М. Я., Лотоцька-Дудик У. Б., Івашків Л. Я. та ін. — Львів : ЛІЕТ, 2013. — 23 с.
11. *Сагитов А. О.* Чай из сафлора и его полезные свойства [Электронный ресурс] / А. О. Сагитов, А. А. Азембаев // Вестник КАЗНМУ, 2013. — Режим доступу : <http://kaznmu.kz/>.
12. *Свідло К. В.* Підходи до створення безалкогольних напоїв геродістичного призначення [Електронний ресурс] / К. В. Свідло // Обладнання та технології харчових виробництв. — 2013. — Вип. 31. — С. 179-185. - Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Otkhv_2013_31_24.
13. *Федорова Д. В.* Оздоровчі напої з природними антиоксидантами для харчування населення мегаполісів [Електронний ресурс] / Д. В. Федорова // Сб. науч. тр. SWorld. Вип. 1. Том 11 / Наукометрична база РИНЦ. — Иваново : МАРКОВА АД, 2014. — С. 12–19. Ч Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/conference / the-content-of-conferences /archives-of-individual-conferences / march-2014>.
14. Энциклопедия травяных чаев [Текст] / А. Ю. Нестеровская, Т. Д. Рендюк, Л. Я. Спешилов и др. — М. : КРОН-ПРЕСС, 1997. — 592 с. — ISBN 5-232-00343-7.

Івашиків Л. Я., Шах А. Е.

РАСШИРЕНИЕ АССОРТИМЕНТА ФИТОЧАЕВ В ЗАВЕДЕНИЯХ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

Для Украины здоровое питание актуальная проблема из-за нарушений в экологии питания, структуре рациона, его качества, недостаток незаменимых микронутриентов в пище. Перспективным способом решения этой проблемы является внедрение в рационы фиточаев на основе лекарственных растений. С целью расширения ассортимента их использования в заведениях ресторанных хозяйствами разработаны технологии девяти фиточаев разного назначения (витаминные, общеукрепляющие и успокаивающие). Для их приготовления использовали шиповник, землянику, ромашку, мяту, зверобой и другие растения, которые полезно употреблять на каждый день. Методом органолептического анализа определяли оптимальные соотношения содержимого компонентов в напитках на основе оценки показателей качества. Анализ целебных свойств растений дал возможность обосновать оздоровительное назначение напитков. Новые технологии внедрены в меню научно-исследовательской базы практики студентов «Фитобара» Львовского института экономики и туризма.

Ключевые слова: здоровое питание, фиточай, лекарственные растения, чайные напитки.

Ivashkiv L. Ya., Shakh A. Ye.

EXPANSION OF ASSORTMENT THE HERBAL TEAS IN RESTAURANTS AND BARS

Healthy nutrition is a key issue for Ukraine because there are disturbances in the structure of ecology food diet, quality of its composition lack of micronutrients in food. Introduction to the diets herbal teas based on medicinal plants is a promising method of solving this problem. We have built nine herbal teas of various purpose (vitamin, a bracing and sedative) to expand the range of their use in restaurants. Rosehips, strawberries, chamomile, mint, tutsan and other herbs that are helpful to consume every day, we used to cook them. The optimum ratio of component content in the drinks we have identified sensory method of analysis using assessment quality. Analysis of the useful properties of medicinal plants has allowed to determine the effect of healthy drinks. New technologies introduced in the «Phyto Bar» Lviv Institute of Economy and Tourism on scientific and research base of practice of students.

Key words: healthy nutrition, herbal teas, medicinal plants, tea drinks.

УДК: 637.33

Турчин Ірина Миронівна, к. т. н., ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму
Зарубяк Ольга Іванівна, магістрант, Львівський
національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С. З. Гжицького,
Білонога Юрій Львович, д. т. н., професор,
Львівський інститут економіки і туризму

ВИКОРИСТАННЯ БДЖОЛИНОГО МЕДУ У ТЕХНОЛОГІЇ АЦИДОФІЛЬНОЇ ПАСТИ

Сьогодні недостатньо виготовляти смачні та якісні продукти важливим напрямком в технології є створення здорової, функціональної продукції. Вирішенням цих питань займається нутриціологія та новий науковий напрям харчової біотехнології — «харчова комбінаторика сировини рослинного і тваринного походження», які забезпечують потенційну можливість збагачення одержуваних продуктів незамінними речовинами, а також дозволяють регулювати їх склад, створювати системи збалансованого складу із заданою харчовою і біологічною цінністю. Вживання меду, а особливо у поєданні з молоком або у складі молочних продуктів, може бути одним з високоефективних заходів для попередження широкого кола хвороб. Завдяки розвитку апітерапії, відновлено тисячолітній привілей меду серед інших продуктів, виготовлених природою.

Ключові слова: молочні продукти, ацидофільна паста, технологія, мед, рецептura.

Функціональні продукти крім поживних інгредієнтів містять функціональні інгредієнти, які позитивно впливають на організм людини, що допомагає адаптуватися до впливу зовнішнього середовища, запобігати виникненню захворювань і попереджувати передчасне старіння.

Функціональні продукти — це не тільки джерело пластичних речовин і енергії, але і складний немедикоментозний комплекс, що забезпечує достовірний лікувально-профілактичний ефект. Місце функціональних продуктів харчування визначається як проміжне між продуктами загального вживання і продуктами лікувального харчування.

На сьогодні продукти створені з використанням молочнокислих бактерій і біфідобактерій, розглядаються як основа функціонального харчування людини і сприяють профілактиці ряду захворювань. Позитивний ефект досягається як шляхом введення живих клітин лактобактерій безпосередньо в організм людини (так звані пробіотики), так і шляхом використання цих мікроорганізмів у складі заквасок при отриманні продуктів харчування, в тому числі на основі молока.

Фундаментальними і прикладними дослідженнями вчених різних країн світу показана визначальна роль для стану здоров'я людини представників корисної мікрофлори кишечника — молочнокислих бактерій і біфідобактерій, які входять до складу пробіотиків [1]. Пробіотики є важливим і необхідним інструментом захисту здоров'я людини, перш за все від дисбактеріозів шлунково-кишкового тракту, які виникають як результат нераціональної антибіотикотерапії, неправильного харчування, екологічних факторів.

Вивчення доцільності використання меду в технології кисломолочних продуктів. Визначення оптимальної кількості різних видів меду при виробництві солодкої ацидофільні пасті. Використано стандартні, загальновідомі та модифіковані методи досліджень фізико-хімічних, мікробіологічних і органолептичних властивостей сировини та готових продуктів.

Мед з давніх пір є одним з найбільш популярних і ефективних профілактичних засобів, що збільшує захисну функцію організму та дозволяє протистояти хворобам.

Недарма в народній медицині мед застосовується як жарознижуючий, потогінний, відновлюючий сили, засіб. Мед зміцнює імунітет, допомагає відновлювати пошкоджені тканини і клітини.

Цілющі властивості меду пояснюються, насамперед, вмістом у ньому глюкози, яка завдяки високій поживності підвищує захисну функцію печінки, тонус серцево-судинної системи і опірність організму різним інфекціям. Крім того, в натуральному меді міститься безліч вітамінів, мікроелементів, різноманітних мінеральних та протибактеріальних речовин.

Корисні властивості меду зумовлені його хімічним складом. Він різний у різних сортів меду і залежить від виду рослини, з якого зібрано нектар, а також від ґрунтових і кліматичних умов.

Для дослідження нами було обрано два види натурального бджолиного меду — квітковий та липовий та вивчено їх органолептичні, фізико-хімічні показники (табл. 1, 2).

Таблиця 1
Органолептичні показники натурального меду

Показники	Згідно стандарту	Квітковий	Липовий
Аромат	Природний, приемний, від слабкого до сильного, без стороннього запаху	Специфічний, чистий, приемний, від слабконіжного до сильного	Чистий, приемний, дуже ароматний, з вираженим ароматом квіток липи
Колір	—	Прозорий світлий	Світло-бурштиновий. У рідкому вигляді липовий мед прозорий, як вода, із зеленуватим відтінком
Смак	Солодкий, приемний, без стороннього присмаку	Солодкий, ніжний, приемний, без сторонніх присмаків	
Консистенція	—	Сиропоподібна, в'язка	
Ознаки бродіння	Не допускаються	Не допускаються	

Таблиця 2
Фізико-хімічні показники натурального меду

Показники	Згідно стандарту	Квітковий	Липовий
Вміст вологи, %	21,0	20,5	20,1
Масова частка цукрози, %	6,0	5,2	5,4
Вміст глюкози, %	Не регламентується	35,90	36,00
Вміст фруктози, %	Не регламентується	40,32	39,12
Загальна кислотність, °Т	Не регламентується	2,5	3,0
Густина, не менше, г/см ³	Не регламентується	1,409	1,409
Енергетична цінність, ккал	Не регламентується	307,0	312,5
Механічні домішки	Не допускаються	Не виявлено	

Квітковий мед отримують при зборі та переробленні бджолами нектару квіток. Він може бути монофлорним — з одного нектару і поліфлорним — з нектару кількох рослин. Липовий мед отримують в результаті збору нектару квіток липи.

Колір меду залежить від рослин, з нектару яких отриманий мед, а аромат меду — від ароматичних речовин, що містяться в квітках рослин-медоносів. Кожен сорт меду має специфічний, властивий тільки даному виду аромат.

Від вмісту води, зрілості меду залежить його густина, текучість.

Прозорість рідкого меду залежить, перш за все від кількості часточок, що потрапили в мед при відкачуванні перги. Мед може каламутніти і в результаті процесу кристалізації [2].

За даними різних авторів, у складі меду може бути від 70 до 300 речовин. До них відносяться цукру (75,9 %), вода (18–20 %), декстрини (2–5 %), азотисті речовини (0,5 %), мінеральні речовини (0,2 %), ліпіди (0,2 %), кислоти (0,1 %). Склад різних сортів меду відрізняється один від одного [4; 5].

Головною складовою частиною всіх сортів меду є вуглеводи: глюкоза (виноградний цукор) і фруктоза (фруктовий цукор). Кількість цих речовин залежить від сорту меду. Крім вуглеводів, в меду міститься близько 3 % цукрози. У нектарі рослин цукрози набагато більше (20 %). У процесі перетворення нектару в мед під впливом деяких ферментів відбувається розщеплення складного вуглеводу цукрози на більш прості вуглеводи глюкози і фруктози.

За калорійністю натуральний мед може конкурувати з такими висококалорійними продуктами, як цукор, шоколад, какао, волоскі горіхи та ін. Проте мед вигідно відрізняється від перерахованих речовин тим, що в ньому містяться не тільки вуглеводи і білки, але і цілий ряд інших, дуже цінних для організму людини речовин, що і ставить мед на особливе місце серед дієтичних продуктів.

Азотисті речовини, що містяться в меді, поділяються на білкові і небілкові. Вони потрапляють у мед із рослин разом із нектаром, пилком, а також з організму бджіл. Кількість азотистих сполук у складі меду становить близько 2 % його загальної маси. Основу азотистих сполук меду становлять білки — 0,08–1,9 % (в середньому 0,4 %) від загальної маси меду [1; 3].

Крім вуглеводів, до складу меду входять деякі ферменти: інвертаза, діастазу, каталаза, кисла фосфатаза та ін. Це ті органічні речовини, які навіть в малих кількостях, значно прискорюють реакції обміну речовин, що протікають в людському організмі. Причому кожен фермент діє лише на певну речовину або групу речовин, подібних за хімічним складом.

Ферменти потрапляють у мед, як з пилком медоносних рослин, так і з організму бджіл (головним чином — глоткових залоз). Наявність діастази та інших ферментів в меду вказує на те, що він є натуральним, а не штучним. Тому визначення ферментів в меду лежить в основі встановлення його натуральності. При нагріванні меду до 60 °C містяться в ньому ферменти руйнуються і мед стає сумішшю харчових речовин, які можна отримати і штучним шляхом, проте такий мед позбавляється багатьох цілющих якостей і малоекспективний для профілактики захворювань і підвищення імунітету [4].

Крім вуглеводів містяться білкові речовини, вода і мінеральні речовини.

Мед містить також ряд органічних кислот (таких, як яблучна, винна, лимонна, щавлевана) та вітаміни. З вітамінів в меду міститься відносно велика кількість вітаміну В₂, РР, С, а також вітаміни В₆, пантенова кислота, вітамін Н, вітаміни К і Е, фолієва кислота. Роль цих вітамінів в організмі людини величезна: вони необхідні для нормального проходження обмінних процесів. При нестачі вітамінів чи відсутності того чи



іншого вітаміну в їжі, а також при підвищенні потребі організму у вітамінах розвивається таке захворювання, як гіпо- чи авітаміноз [6; 8].

Ацидофільна паста є білковим лікувальним кисломолочним продуктом, що представляє собою концентрат ацидофільної палички [7].

Технологічний процес виробництва ацидофільної пасті способом пресування складається із таких операцій:

Приймання і підготовка молока. Натуральне незбиране молоко має бути чистим, без сторонніх присмаків і запахів. За зовнішнім виглядом і консистенцією — це однорідна рідина від білого до яскраво-жовтого кольору, без осаду та згустків, профільтрована та охолоджена після доїння.

В молоці не допускається наявність інгібуючих речовин (мийно-дезінфікуючих, консервантів, формаліну, соди, аміаку, пероксиду водню, антибіотиків). За фізико-хімічними, санітарно-гігієнічними та мікробіологічними показниками молоко розподіляють на вищий, перший та другий гатунки.

Органолептичні показники, температура, масова частка жиру, білка та сухих речовин, кислотність, густина, чистота та ефективність термічної обробки визначають при закупівлі молока в кожній партії.

Масову частку білка, загальне бактеріальне обсіменіння, кількість соматичних клітин, наявність інгібуючих речовин визначають 1 раз на декаду. Отримані значення цих показників якості поширяються на молоко між даним та наступним дослідженням. Наявність інгібуючих речовин та загальне бактеріальне обсіменіння одночасно визначають у паралельних пробах досліджуваного молока.

Нормалізацію здійснюють з метою отримання готового продукту із заданим гарантованим вмістом жиру відповідно до вимог стандарту.

Залежно від вмісту жиру у вихідній сировині та готовому продукті, для нормалізації використовують знежирене молоко або вершки, за вмістом сухих речовин — сухе знежирене молоко чи згущене знежирене молоко без цукру.

Нормалізацію проводять періодичним або безперервним способом при температурі 40–45 °C.

Відібране і зважене молоко нормалізують до вмісту жиру у ньому 2,3 % для ацидофільної пасті з масовою часткою жиру 4 %.

Теплова обробка молока. Нормалізоване молоко пастеризують у пастеризаційних установках при температурі 85–90 °C з витримуванням в ваннах протягом 15 хв., а потім у цих ваннах його охолоджують до температури заквашування 40–42 °C.

Заквашування та скващування молока. Закваску, приготовлену на чистих культурах ацидофільної палички, додають у кількості 5 % від маси молока. При використанні закваски прямого внесення, її кількість буде становити 0,1 % від маси нормалізованої суміші.

Скващування триває 3–4 год. до отримання згустку кислотністю 80–90 °T.

Самопресування та пресування згустка. Згусток викладають у б'язеві або лавсанові мішечки, поміщають у прес-візки або підвішують на стійці для самопресування при 6–8 °C. Після самопресування мішки із згустком рівномірно розставляють у прес-візочки і закривають металевою пластиною, на яку через спеціальну раму передається тиск гвинта пресу.

Пасту ацидофільну також можна пресувати у спеціальних сирних металевих пресах чи за допомогою комбінованих пресів, які застосовуються при виробництві сичужних сирів та казеїну. Пресування завершують, коли продукт буде мати необхідний вміст вологи.

Внесення смакових речовин. До відпресованої пасті кислотністю не вище 180–200 °T, додають смакові речовини. Традиційно вносять цукор буряковий у вигляді цукрового сиропу. Нами було прийнято рішення замінити цукровий сироп медом бджолиним. Якщо мед має підвищену в'язкість, його попередньо нагрівають до 45–50 °C, а потім фільтрують і вносять у суміш.

Дослідні зразки ацидофільної пасті отримують шляхом внесення різної кількості меду бджолиного (від 5 до 20 % від маси продукту).

Було проведено серію експериментів з квітковим медом:

Дослідний зразок № 1 (К) — 5 %;

Дослідний зразок № 2 (К) — 10 %;

Дослідний зразок № 3 (К) — 15 %;

Дослідний зразок № 4 (К) — 20 %.

А також серію експериментів з липовим медом:

Дослідний зразок № 1 (Л) — 5 %;

Дослідний зразок № 2 (Л) — 10 %;

Дослідний зразок № 3 (Л) — 15 %;

Дослідний зразок № 4 (Л) — 20 %.

Змішування відбувається у місильній машині до отримання продукта однорідної консистенції.

Фасування, пакування, охолодження та зберігання пасті. Ацидофільну пасту розфасовують на напівавтоматі чи автоматі для в'язких рідин у скляні баночки ємкістю 0,2 л чи тару із полімерних матеріалів, дозволену МОЗ України.

Фасовану ацидофільну пасту укладають у ящики чи металеві корзини та направляють у холодильну камеру для охолодження до 8 °C. Її зберігають при температурі 8 °C не більше 48 годин з моменту виробництва. Ацидофільну пасту ми оцінювали за органолептичними показниками (смак, запах, колір та зовнішній вигляд).

Як бачимо з результатів досліджень, внесення квіткового меду у рецептуру ацидофільної пасті у кількості 5–10 % не вплинуло на зовнішній вигляд та її консистенцію. Збільшення кількості меду до 15–20 % — робить консистенцію пасті більш пластичною.

Смак дослідного зразка № 1 був кисломолочний, солодкий із приемним слабким присмаком квіткового меду, № 2 — із слабовираженим присмаком квіткового меду, № 3 — з вираженим присмаком квіткового меду і у зразку № 4 — відзначався надто солодким смаком з специфічним, сильно вираженим присмаком квіткового меду. Колір у всіх зразків був молочно-білий з кремовим відтінком.

Представлена органолептика ацидофільних мас з липовим медом. Смак дослідного зразка № 1 був кисломолочний, солодкий, чистий, приемний, із приемним слабким присмаком та ароматом липового меду, № 2 — кисломолочний, солодкий, чистий, слабовоираженим присмаком та ароматом липового меду, № 3 — кисломолочний, солодкий, чистий, з вираженим присмаком та ароматом липового меду та № 4 — кисломолочний, надто солодкий, чистий, сильно вираженим присмаком та ароматом липового меду.

Колір у всіх зразків був молочно-білий з кремово-буруштиновим відтінком.

Використання різних видів меду (квіткового та липового) в технології ацидофільних паст, дозволяє збагатити кисломолочні продукти натуральними вітамінами, аміно-кислотами, мінеральними речовинами, а також природними фарбуючими речовинами. Визначено оптимальну кількість використання квіткового та липового меду при виробництві солодкої ацидофільні пасті, а саме: 15 %.

Література

1. Технологія продуктів харчування функціонального призначення [Текст] : моногр. / М. І. Пересічний, М. Ф. Кравченко, Д. В. Федорова та ін. / За ред. М. І. Пересічного. — К. : Національний торг.-екон. ун-т, 2008. — 718 с.
2. Чернуха И. М. Функциональные продукты — методологические, технологические и трофологические аспекты производства // Мясная индустрия. — 2002. Ч № 2. — С. 21–22.
3. Genetic heterogeneity and technological properties of intestinal bifidobacteria / J. Matto [Etc.] // Journal of applied microbiology. — 2004. — Vol. 10 (3). — P. 459–470.
4. Смирнов В. В. Пробиотики на основе живых культур микроорганизмов [Текст] / В. В. Смирнов, Н. К. Коваленко, И. Б. Сороокулова // Микробиол. журн. — 2002. — Т. 64, № 4. — С. 62–81.
5. Чагаровский В. П. Биологическая активность заквасочных культур, используемых в технологии получения кисломолочных продуктов с пробиотическими свойствами [Текст] / В. П. Чагаровский, И. Г. Жолкевская // Молоч. пром-сть. — 2009. — № 1. — С. 24–25.
6. Гавриляк М. Я. Дослідження пробіотичної мікрофлори йогуртів [Текст] / М. Гавриляк, Ю. Кабаш // Товарознавчий вісник. — Випуск 6. — 2013. — С. 158–163.
7. Використання меду у виробництві молочної продукції [Текст] / Г. П. Дмитровська, В. О. Ромоданова, О. В. Прендяєвська, О. В. Кочубей // Розроблення та впровадження нових видів харчових продуктів. — С. 36–37.
8. Технические науки от теории к практике [Текст] : сб. статей по мат. XXXII Междунар. науч.-практ. конф. (март, 2014 г.) / Отв. ред. А. И. Гулин. — Новосибирск : СибАК, 2014. — № 3 (28). — 162 с.

Турчин І. М., Зарубяк О., Білонога Ю. Л.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПЧЕЛИНОГО МЕДА В ТЕХНОЛОГИИ АЦИДОФИЛЬНОЙ ПАСТЫ

Сегодня недостаточно производить вкусные и качественные продукты важным направлением в технологии является создание здоровой, функциональной продукции. Решением этих вопросов занимается нутрициология и новое научное направление в пищевой биотехнологии — «пищевая комбинаторика сырья растительного и животного происхождения», которые обеспечивают потенциальную возможность обогащения получаемых продуктов незаменимыми веществами, а также позволяют регулировать их состав, создавать системы сбалансированного состава с заданной пищевой и биологической ценностью. Употребление меда, особенно в сочетании с молоком или в составе молочных продуктов, может быть одним из высокоэффективных мер по предупреждению широкого круга болезней. Благодаря развитию апитерапии, восстановлено тысячелетний привилегия меда среди других продуктов, изготовленных природой.

Ключевые слова: молочные продукты, ацидофильная паста, технология, мед, рецептура.

Turchin I. M., Zarubayko O., Bilonoha Yu. L.

THE USE OF HONEY IN TECHNOLOGY OF ACIDOPHILIC PASTE

Today is not enough to make delicious and quality products in the important area of technology is to create a healthy, functional products. Addressing these issues is engaged nutriciology and new scientific direction in Food Biotechnology — « food combining raw materials of plant or animal origin», providing the potential to enrich the resulting products essential substances, and to regulate their composition, to create a system of balanced composition of a given food and biological value. The use of honey, especially in combination with milk or in dairy products, can be a highly efficient means to prevent a wide range of diseases. With the development of apitherapy, honey restored thousand-year gain among the products made by nature.

Keywords: dairy, acidophilus paste, technology, prescription.

УДК 637.2

*Сливка Наталія Богданівна, к. т. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму,
Михайлицька Ольга Романівна, к. т. н., доцент,
Наговська Володимира Олександрівна, к. т. н., доцент,
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С. З. Гжицького*

**РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЙ ЖИРОВИХ СУМІШЕЙ
ДЛЯ ВИРОБНИЦТВА БУТЕРБРОДНОЇ ПРОДУКЦІЇ
У ВЕНДІНГ-АВТОМАТАХ**

Досліджено у динаміці зміни основних якісних характеристик масла вершкового з горіховою олією у різних концентраціях. Встановлено, що масло із додаванням горіхової олії у кількості 10 % краще зберігає свої якості протягом терміну зберігання і може бути використане для приготування бутербродів, що реалізуються через вендинг-автомати.

Ключові слова: жирові суміші, пасті для бутербродів, горіхова олія, масло вершкове, вендинг-автомат.

У сучасному житті велике значення для споживачів має швидке харчування, в якому бутербродна продукція посідає важливе місце. Технологія реалізації через торгові автомати дозволить розширити асортимент продуктів швидкого харчування на споживчу ринку України.

Вендинг — це один з найбільш динамічних і перспективних видів роздрібної торгівлі та способів надання послуг. Поняття «vending-machine» означає автоматичну машину, що приводиться в дію монетою (coin-operated) і від якої можна отримати цукерки (candies), напої (beverages). «Vendor» — це особа, що продає, особливо та, яка торгує своїми товарами (to hawk) у публічному місці (public place). Слово «vendible» в англійській мові означає «здатний бути проданим», а «vendee» — «особа, якій продана певна річ». «Vendibility» — це стан (state) або якість (quality) бути таким, що піддається торгівлі (salable).

Проте суть цього поняття є дещо ширшою — це торгівля, яку замість людей здійснюють автомати. І якщо термін для позначення такого виду торгівлі був запропонований порівняно недавно, то сама торгівля існувала вже тисячі років. Перший подібний пристрій вигадали ще в Стародавньому Єгипті: там якась споруда продавала священну воду за монети. У стародавньому Китаї аналогічним способом купували олівці. Далі — більше: у пабах старої Англії автомати відпускали відвідувачам тютюнові вироби. Відомі вже і в Україні музичні автомати, які раніше діяли у всіх кафе Англії і США, — не що інакше, як праобрази сучасних вендорів. З розвитком технологій розширювалася і сфера використання подібних торгівельних автоматів. Нині вендори — практично на кожному кроці, а в Японії платіжних терміналів у 6 разів більше, ніж таксофонів.

Основними перевагами торгівлі через автомати є:

- технічна простота установки;
- незначні витрати на обслуговування;
- можливість не використовувати касові апарати і застосовувати спрощену систему оподаткування, обліку та звітності;
- незначні ремонтно-експлуатаційні витрати в перші роки експлуатації;
- тривалий термін використання [1].

Зараз виробники планують розширити асортимент вендингових терміналів і запустити у виробництво апарати з продажу морозива, випічки піци, бутербродів.

Саме реалізація бутербродної продукції є стійкою до сезонних факторів, не потребує великої кількості трудових і матеріальних ресурсів, тому має можливість виробництва за конкурентоспроможними цінами. Проте важливим є рецептурний склад бутербродної продукції, що реалізується та зберігається в газомодифікованому середовищі. Адже жирові суміші мають бути стійкими до окиснення [2; 3].

Визначення ступеня окиснення жирових продуктів — важливий чинник, який свідчить не лише про їх якість, а й про можливість негативного впливу продуктів окиснення на стан здоров'я населення, вражаючи серцево-судинну, нервову системи та шлунково-кишковий тракт. Помічено, що жир, який має співвідношення лінолевої до міристинової кислот як 9:1, має підвищену стійкість до окиснення. Встановлено також, що олії з високим вмістом оліїнової кислоти мають набагато вищу стійкість до окиснення, ніж олії із звичайним її вмістом. Стійкість жирів залежить від ступеня їх ненасиченості та вмісту в них токоферолів. Основними харчовими джерелами токоферолів є такі продукти: цільні зерна злаків, рослинні олії, листя кропиви, моркви, м'яти, селери, броколі, висівки.

Метою нашої роботи було розробити рецептури жирових сумішей для бутербродів підвищеної стійкості до окислювальних перетворень завдяки природним стабілізаторам. Перспективним у цьому напрямі, на нашу думку, є насіння чи плоди олійних рослин, а саме горіха волоського. Тому природним антиоксидантом було обрано горіхову олію.

Горіхова олія є лідером вмісту ПНЖК, вміст яких становить 92 %. При цьому на частку лінолевої та ліноленової кислот припадає 74,6 %. Вони містяться у олії у в ідеальному для організму людини співвідношенні 1:4.

Кілька сотень років використовують олію волоського горіха в кулінарії. Горіхова олія чудово пасує як пріправа до овочевого салату, для приготування найрізноманітніших соусів, до гарячих закусок. ЇЇ використовують у десертах та в безлічі інших найрізноманітніших, у тому числі національних страв (саціві, лобіо). Вона надає стравам пікантних горіхових паохощів.

Тому нашим завданням було дослідити у динаміці зміни основних якісних характеристик масла з горіховою олією як основного інгредієнта бутербродних паст.

Масло виготовляли шляхом збивання вершків з масовою часткою жиру 35 % у побутовому масловиготовлювачі з ємністю для вершків 5 л. Горіхову олію можна додавати до вершків перед збиванням або після промивання масляного зерна при його обробці.

Було здійснено 3 виробітки масла: із додаванням 5; 10 та 20 % горіхової олії. Пакували масло в полістиролові скляночки ємністю 200 мл і зберігали у холодильнику при температурі 5 °C.

Дослідження окиснювальної стабільності проводили при зберіганні їх за кімнатної температури при вільному доступі світла та повітря (автоокиснення). Для зберігання масла були обрані такі умови: протягом 30 діб за температури +4 °C і умови прискорено-кінетичного окиснення — 72 год. при температурі 102–104 °C.

Як контроль використовували нативний жир без додавання до нього олії. У процесі зберігання через кожні 10 днів відбирали проби для визначення пероксидного числа згідно ДСТУ ISO 3960-2001 «Жири і олії тваринні і рослинні. Визначення пероксидного числа (ISO 3960:1998, IDT)». Окиснення припиняли, коли пероксидне число досягало значення більше 10 ммоль S O/ кг.

Органолептичний аналіз нової продукції — це обов'язковий етап її апробації з метою забезпечення якості та конкурентоспроможності нової продукції. Органолептичний аналіз здійснювали шляхом проведення дегустації. У табл. 1 наведено порівняльний аналіз органолептичних показників зразків масла із заміною молочного жиру горіховою

Таблиця 1

Органолептичні показники зразків масла із заміною молочного жиру горіховою олією

Показники	Масло із заміною молочного жиру горіховою олією		
	5 %	10 %	20 %
Консистенція	однорідна, пластична, щільна, поверхня на розрізі слабо блискуча і суха на вигляд	однорідна, пластична, щільна, на розрізі помітні крапельки вологи	однорідна, м'яка, м'якоть пластична, не дуже щільна
Смак і запах	чистий без сторонніх присмак і запахів, спостерігається присмінний запах горіхової олії	вершковий смак і запах горіхової олії (наблизжений до вологодського масла)	виражений смак горіхової олії
Колір	світло-жовтий, однорідний по всій масі		

олією. Встановлено, що дослідні зразки масла з 10 % заміною молочного жиру за бальною оцінкою отрималивищу кількість балів порівняно з іншими зразками.

При 10 % заміні молочного жиру горіховою олією у вершковому маслі з'являється присмак і запах, характерний для грецького горіха. Такий смак та запах масла асоціюється з високоякісним вологодським маслом.

Також в отриманому продукті визначали фізико-хімічні показники згідно стандарту. За фізико-хімічними показниками масло дослідних зразків із частковою заміною молочного жиру горіховою олією відповідає вимогам нормативної документації (ДСТУ 4399:2005 «Масло вершкове. Технічні умови») (табл. 2).

Таблиця 2

Фізико-хімічні показники зразків масла з частковою заміною молочного жиру горіховою олією

№ п/п	Показники	Контроль	Вершкове масло з		
			горіховою олією 5 %	горіховою олією 10 %	горіховою олією 20 %
1	Масова частка жиру, %	82,5	82,5	82,5	82,5
2	Масова частка вологи, %	16	16	16	16
3	СЗМЗ, %	1,5	1,5	1,55	1,6
4	Кислотність, °Т	19	19	20	21

Аналізуючи дані табл. 2, можна, можна сказати, що масові частки жиру і вологи не змінилися, лише СЗМЗ і титрована кислотність незначно підвищилися.

Як відомо, термостійкість масла є одним з найважливіших показників, що визначають його консистенцію і структуру. Масло володіє хорошими показниками розподілу вологи, який визначає стійкість масла при зберіганні.

У табл. 3 наведені результати досліджень структурно-механічних властивостей контрольних та дослідних зразків масла.

Оцінюючи зразки масла за структурно-механічними показниками, можна зробити висновок, що масло з 10 % заміною молочного жиру рослинною олією характеризується хорошими показниками термостійкості.

Отже, масло нового виду з горіховою олією відповідає всім вимогам діючого стандарту на масло вершкове за органолептичними та фізико-хімічними показниками. Тому використання горіхової олії є доцільним і дозволяє створити функціональний жировмісний продукт високої якості.

Таблиця 3
Структурні показники зразків масла з частковою заміною молочного жиру горіховою олією

№ п/п	Показники	Контроль	Вершкове масло з		
			горіховою олією 5 %	горіховою олією 5 %	горіховою олією 5 %
1	Термостійкість, Кт	0,89	0,89	0,88	0,87
2	Розпреділення вологи	Добре	Добре	Добре	Добре
3	Швидкість затвердівання, с	50–55	52–55	54–60	60–64

Збереження повноцінності жирових продуктів при зберіганні значною мірою залежить від ефективності їх захисту від процесів автоокиснення. Можливість гальмування окиснювальних процесів в оліях забезпечується наявністю антиоксидантів різної природи. Такими природними антиоксидантами виступають токофероли.

Оскільки саме перекисне число свідчить про процеси окиснення молочного жиру, які небажані при виробництві жирових продуктів, то ми встановили ці числа для контрольного і дослідних зразків. Результати досліджень викладені у табл. 4.

Таблиця 4
Перекисні числа досліджуваних зразків масла (% йоду)

Вид масла	Дні зберігання			
	0	10	20	30
Контроль	0,0141	0,0201	0,0319	0,0427
З 5 % олії	0,0139	0,0199	0,0314	0,0404
З 10 % олії	0,0136	0,0196	0,0307	0,0353
З 20 % олії	0,0133	0,0192	0,0305	0,0346

Дослідження стійкості виготовлених партій масла до процесів перекисного окиснення ліпідів під час зберігання показало, що додавання в склад масла горіхової олії підвищувало його оксидантні властивості.

Таким чином, на основі отриманих результатів можна зробити такі висновки:

— масло, виготовлене із частковою заміною молочного жиру горіховою олією, має більшу стійкість до окиснення;

— модифіковане масло має більшу біологічну цінність і може застосовуватись у лікувально-профілактичному харчуванні як для безпосереднього споживання, так і при приготуванні паст для бутербродів.

Наступними нашими дослідженнями буде розроблення рецептур паст для бутербродів на основі створеної жирової суміші із горіховою олією у оптимальній кількості 10 % для реалізації концепції вендінг-бізнесу. Впровадження вендінг-автоматів для бутербродів дозволить збільшити обсяг їх продажу та одночасно поліпшити сервіс, а відповідно і підвищити лояльність покупців у закладах харчування.

Література

1. Вендинговый бизнес в Украине: настоящее дело для умных людей [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL: http://www.bizrating.com.ua/16/articles](http://www.bizrating.com.ua/16/articles).
2. Григорьева В. Н. Факторы, определяющие биологическую полноценность жировых продуктов [Текст] / В. Н. Григорьева, А. Н. Лисицын // Масложировая промышленность. — 2002. — № 4. — С. 14–17.

3. Кулакова С. Н. Особенности растительных масел и их роль в питании [Текст] / С. Н. Кулакова, В. Г. Байков, В. В. Бессонов, А. П. Нечаев, В. В. Тарасова // Масложировая промышленность. — 2009. — № 3. — С. 16–20.
4. Нечаев А. П. Растительные масла функционального назначения [Текст] / А. П. Нечаев, А. А. Кочеткова // Масложировая промышленность. — 2005. — № 3. — С. 20–21.
5. Нечаев А. П. Научные основы технологий получения функциональных жировых продуктов нового поколения [Текст] / А. П. Нечаев // Масла и жиры. — 2007. — № 8. — С. 26–27.
6. Прокопенко Л. Г. Полиненасыщенные жирные кислоты в растительных маслах [Текст] / Л. Г. Прокопенко, Л. И. Бойняжева, Е. В. Павлова // Масложировая промышленность. — 2009. — № 2. — С. 11–12.
7. Табакаева О. В. Новые виды растительных масел как источники полиненасыщенных жирных кислот и селена [Текст] / О. В. Табакаева // Масложировая промышленность. — 2007. — № 6. — С. 26–27.

Сливка Н. Б., Михайликкая О. Р., Наговская В. А.

**РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ЖИРОВЫХ СМЕСЕЙ
ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА БУТЕРБРОДНОЙ ПРОДУКЦИИ
В ВЕНДИНГ-АВТОМАТАХ**

Исследованы в динамике изменения основных качественных характеристик масла сливочного с ореховым маслом в разных концентрациях. Установлено, что масло с добавлением орехового масла в количестве 10 % лучше сохраняет свои качества в течении срока хранения и может быть использовано для приготовления бутербродов, реализуемых через вендинг-автоматы.

Ключевые слова: жировые смеси, пасты для бутербродов, ореховое масло, масло сливочное, вендинг-автомат.

Slyvka N. B., Mykhaylytska O. R., Nahovska V. A.

**TECHNOLOGY DEVELOPMENT FAT MIXTURES
FOR SANDWICH PRODUCTS IN VENDING-MACHINE**

Studied changes of the basic quality characteristics of butter with nut oil in the dynamics in different concentrations. Established that the butter with addition of nut oil in the amount of 10 % better keeps its quality during expiration date and can be used for making sandwiches realized through Vending-machine.

Keywords: fat mixture, paste for sandwiches, nut oil, butter, vending-machine.

УДК 641.5 (075.8)

Сусол Наталія Ярославівна к. т. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

ІННОВАЦІЇ В ОРГАНІЗАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ПИТАННЯ ЇХ СУТНОСТІ

У статті дається емпіричний і теоретичний рівні пізнання і визначення сутності інновацій: відкрита кухня «Front cooking», кулінарні шоу «Show-cooking», замовлення з-під ножа «Fresh-time» в організації виробництва закладів ресторанного господарства

Ключові слова: організація виробництва, інновації, форми організації, заклади ресторанного господарства.

Організація охоплює усі елементи виробничої системи підприємств ресторанного господарства є засобом ефективного використання ресурсів, їх економії та раціонального використання в часі. Застосування різних способів, методів та форм організації виробництва дозволяє підвищити ефективність діяльності закладів, створити привабливі та найзручніші умови праці, втілити в реальність поставлені цілі.

Уже практикуючі засоби підвищення ефективності організації виробництва, такі як економія трудових та матеріальних ресурсів, інтенсифікація процесів, їх механізація та автоматизація в сьогоденні втрачають свою дієвість, а це спонукає до пошуку інновацій, які оправдають потенційні очікування. Вектор пошуку інновацій в галузі спрямований на розробку рішень, які у новий спосіб задовільнять фізіологічні та емоційні очікування відвідувачів. Розуміння актуальних і майбутніх потреб, вивчення можливих очікувань відвідувачів дозволить закладу генерувати і активно використовувати інновації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про виконання різних наукових підходів вивчення питань інновацій та інноваційної діяльності в галузі ресторанного господарства, де значна увага дослідників спрямована на вивчення потенціалу інновацій в галузі, формування процесу створення і освоєння прогресивної виробничої технології, проектування продукції та послуг, управління інноваційними процесами [1–5]. Цікаворозкриті основні особливості виробничих систем нового покоління, які діють в умовах інноваційної економіки в праці Кірдіна О. Г., визначено основний критерій ефективності виробничих систем — висока адаптивність до змін зовнішнього середовища, що досягається за рахунок генерування та активного використання знань в межах організаційних структур [6].

Накопичені результати наукових досліджень у певній мірі започаткували розв’язання питань інновацій в організації виробництва підприємств ресторанному господарству і дають можливість логічно осмислити і продовжити наукові пошуки за темою.

Зважаючи на вже встановлені результати наукових вивчень мету нашого дослідження спрямуємо на визначення сутності інновацій в організації виробництва закладів ресторанного господарства, розгляду особливостей їх застосування в галузі.

Організація виробництва охоплює всі складові виробничої системи та аспекти її виробничо-господарської діяльності, а відтак надає можливість та створює умови для розвитку різних видів інновацій.

Будь-які організаційно-технічні рішення, способи виготовлення продукції, виконання виробничих операцій, методи і прийоми праці, форми господарювання мають постійно покращуватись. Це дозволяє організувати виробництво у формі безперервного творчого пошуку шляхів підвищення ефективності виробничих процесів на підприємстві [7].

Як відомо, організація виробництва — це кількісне та якісне поєднання в просторі та часі трудових і матеріальних ресурсів, технічних та економічних засобів господарсь-

кої діяльності на підприємстві з метою випуску в установлені терміни продукції необхідної кількості та якості з мінімальними витратами [8].

Метод організації виробництва розуміється, як сукупність прийомів і способів реалізації виробничого процесу. Визначальними характеристиками організації є: взаємозв'язок послідовності виконання технологічного процесу, відповідного розміщення обладнання та ступінь неперервності виробничого процесу. З урахуванням цього виділяють три методи організації виробництва:

- потоковий;
- непотоковий (неопераційний);
- автоматизований.

Найбільш досконалим є потоковий метод організації виробництва. Він базується на принципах раціональної організації виробництва — прямоточності, неперервності та ритмічності [7, с. 39].

Потокова організація виробництва дозволяє прискорити оброблення сировини і збільшити випуск продукції, ефективно використовувати виробничі площини.

Для непотокового методу характерна відсутність взаємозв'язку послідовності виконання операцій технологічного процесу з порядком розміщення обладнання та низька ступінь неперервності виробничого процесу. За цього методу технологічні операції оброблення сировини можуть проходити в декількох виробничих дільницях, а це збільшує час і витрати в цілому.

Автоматизований метод організації виробництва кулінарної продукції застосовується для окремих видів страв, тобто має частковий характер, пропонує чимало інноваційного обладнання є доцільним в організації виробництва у вузькоспеціалізованих закладах — моноресторанах або підприємствах з технологією «CapKold». Вести мову про комплексну автоматизацію виробництва кулінарної продукції можна тільки з погляду далекої і можливої перспективи.

Варто відмітити умовний характер застосування суто одного методу або типу організації виробництва, оскільки в підприємстві і в його окремих цехах може бути поєднання різних типів виробництва, методів і форм їх організації.

Поштовхом для пошуку інновацій в організації виробництва стала виражена цікавість гостей та активне їх прагнення якомога ближче розглянути процес виготовлення страв, які вони споживають. Інновації та їх складові, які можуть бути реалізовані в організації виробництва, в широкому сенсі розуміння мають створити відкритість процесів приготування страв для огляду відвідувачів, зберігаючи при цьому необхідні функціонально-технологічні властивості.

Емпіричний і теоретичний рівні пізнання інновацій в організації виробництва в закладах ресторанного господарства дозволяють виділити такі інноваційні форми:

- відкрите виробництва «Front cooking»;
- кулінарні шоу «Show-cooking»;
- замовлення з-під ножа «Fresh-time».

Організація відкритого виробництва «Front cooking» закладів ресторанного господарства має різні умовності щодо відкритості, поширюється на виготовлення певних видів страв (зазвичай фірмових страв закладу) у спеціально облаштованій частині залу. Інтерпретація інноваційної форми організації виробництва «Front cooking», як особливий випадок процесу змін в організації може мати декілька видів. В одній із попередніх праць зроблено спробу їх класифікувати на різні форми [9].

Найпростішим способом відкритості виробничих процесів є трансляція виготовлення страв на моніторі встановленому в торговельному залі закладу. При цьому, важ-

ливо добре продумати місце встановлення монітору, його формат, технічні можливості, які забезпечать високоякісне відтворення відео, добрий доступ огляду з різних частин залу за обідніми столами.

За іншої форми інноваційної організації виробництва в торговельному залі (або на іншому майданчику) встановлюють модуль обладнання на якому виготовляють певний вид страв в присутності відвідувачів, іноді й за їх участі. Найбільш поширені види обладнання, що встановлюють в торговельному залі для приготування є: гриль, елементи модульної кухні, тепан-столи, тандир, та інші. Дані форми дозволяє створювати високий рівень спеціалізації на вузькому асортименті страв, що готують з допомогою встановленого обладнання.

Створити доступ відвідувачів закладу до спостерігання процесів виготовлення страв можна й в інший спосіб. Для цього центральну частину виробничої зони від торговельної зали відокремлюють скляною прозорою стіною або бар'єром заввишки 90–120 см. Це найбільш складана форма організації виробництва за типом «Front cooking». Її перевага полягає в тому, що відвідувачі можуть бачити приготування всього асортименту страв, що є в меню, самостійно пересвідчитись в якості продукції. Разом з цим зберігається можливість оперативно вносити зміни у виробничу програму, пропонуючи нові страви, що відповідають вподобанням відвідувачів, застосовувати найновіші технології.

Цікавість гостей до кулінарних демонстрацій сприяє активному розвитку — кулінарних шоу «cooking show». В організаційному аспекті кукінг-шоу є однією з форм відкритої кухні і поступово формується в окремий визначений напрям діяльності — кулінарна анімація. В практичному досвіді організації кукінг-шоу спостерігається розвиток як організаційних моментів так і поглиблення змісту тематичного заходу, розвиток їх спеціалізації. На сьогодні нараховується більше 50 видів кукінг-шоу, які мають відповідне технологічне обладнання для організації анімаційних станцій, серед них: млинцева станція; карвінг-станція; раклет-станція; темпурा-станція; WOK-станція; станція для приготування страв на сковороді паельєрі; станція «сир і вино»; станція для приготування плову, шурпу, юшки, кулешу; станція для приготування смажених каштанів; станція су-вид (приготування у вакуумі); станція з приготування морозива; станція з фондю; сандвіч станція; барбекю станція; станція дитячої кулінарної анімації (глазурування пампушків, тістечок і фруктів, приготування кулінарних фігурок, та ін.); хамонер станція; станції для проведення тімбліндінгу.

Приготування страв на очах у відвідувачів, так зване «замовлення з-під ножа» «Fresh-time» є інноваційним організаційним прийомом приготування страв у залі закладу для безпосереднього споживання. Може бути застосований під час виїзного кейтерингового обслуговування учасників святкових заходів.

Сутність інноваційних форм організації виробництва полягає в новому поєднанні матеріальних і трудових ресурсів у просторі з метою надання послугам ресторанного господарства нових якісних ознак. Винятково важливою і спільною для усіх інноваційних форм організації виробництва є особливість того, що створюється можливість безпосереднього огляду приготування страв.

Інноваційні форми організації виробництва вносять новизну в об'ємно -планувальні рішення просторової організації діяльності закладу, а також :

- стимулюють творчу активність учасників виробничого процесу, спонукають персонал до розвитку та вдосконалення професійної майстерності;
 - формують нові способи відносин виробничого персоналу та відвідувачів ресторану, що виражається в безпосередній взаємодії «кухар-гість», адже приготування виконується в залі, створюється можливість безпосереднього спостерігання за процесом;
-

— відбувається інтегрування виробничих процесів в процеси обслуговування, що надає нових ознак технології традиційного обслуговування з безпосередньо участю кухарів і гостей ресторану;

— підвищується рівень важливості технологічної естетики, який потребує вираження відповідного естетичного ставлення працівників до засобів та процесів, потребує професійної майстерності та комунікативності.

Впровадження інновацій організації виробництва у певній мірі не узгоджено з нормативними вимогами, згідно яких відповідно до типу закладу ресторанного господарства передбачена наявність необхідних виробничих, торговельних та службово- побутових приміщень [10–12]. Тому проектування інноваційних форм організації обов'язково має враховувати створення достатньої площини в зоні робочого місця з метою зниження ймовірності виникнення виробничих травм, забезпечення зручних підходів до обладнання під час його експлуатації.

Інновації в організації виробництва підприємств ресторанного господарства потрібно розглядати з огляду їх як засобу забезпечення стратегічної переваги закладу, для яких власне інновації не є основним видом виробничої діяльності, однак, можуть суттєво впливати на зростання попиту на продукцію та послуги.

Для того, щоб успішно організовувати інноваційні форми, потрібно заздалегідь продумати всі складові: організаційні, технічні і тематичні. Найчастіше над розробкою проекту спільно працюють декілька фахівців, адже необхідно продумати технічні аспекти, врахувати економічну доцільність, сформувати план так, щоб прийнятті рішення можна було реалізувати на практиці. Запровадження інноваційні форми в діяльність закладів ресторанного господарства є розвитком інноваційних технологій, які дають можливість створювати нові форми організації обслуговування та проведення дозвілля.

Розглянуті інноваційні форми організації виробництва стосуються виробничо-технологічних та організаційно-управлінських рішень, втілення яких потребує достатнього потенціалу фінансування і відповідного рівня інтелектуальних здібностей трудового капіталу. Для професійного втілення інновацій в ресторанне виробництво важливо продумати усі аспекти, застосувати комплексний підхід до планування технологій, вибору обладнання і правильної організації виробничого процесу.

Підсумовуючи проведені вивчення питань сутності інновацій в організації виробництва закладів ресторанного господарства, можна зробити висновок, що дані інновації є процесом створенням унікальних організаційних прийомів демонстрування виготовлення страв, що дає вигідну позицію для виробничо-торговельної діяльності, сприяє підвищенню попиту на послуги закладу.

Для поліпшення можливостей реалізації та розвитку інновацій в організації виробництва подальші дослідження мають вирішити технічно-проектні завдання, що підвищать ефективність впровадження інновацій, узгодять технічні рішення відповідно до норм проектування та виробничих умов підприємств ресторанного господарства.

Література

1. Найдюк В. С. Методологічні засади управління інноваційним розвитком підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс] / В. С. Найдюк // Бізнес Інформ. — 2013. — № 12. — С. 201–208. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_12_37.
2. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні [Текст] / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк // Товари та ринки. — 2013. — № 2. — С. 29–43
3. П'ятницька Г. Інноваційні ресторани технологій: основи теорії [Текст] : навч. посіб. / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька. — Київ : Кондор, 2013. — 250 с.

4. Черномазюк А. Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу [Текст] / А. Г. Черномазюк // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2014. — № 5, т. 2. — С. 252–255.
5. Рибчинська А. А. E-learning як інноваційний інструмент навчання і розвитку персоналу готельно-ресторанного бізнесу [Текст] // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Готельно ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку», 25–27 березня 2015р. — К. : НУХТ, 2015. — С. 266–267.
6. Кірдіна О. Г. Організація виробничих систем в умовах формування інноваційної моделі економіки України [Текст] / О. Г. Кірдіна // Вісник економіки транспорту і промисловості № 37, 20. — С. 48–51.
7. Васильєва О. О. Організація виробництва [Текст] : навч. посіб. / О. О. Васильєва // ДонНУЕТ, 2010. — 155 с. — ISBN 978-966-385-206-5.
8. Хринюк О. С. Сучасні підходи до визначення сутності та змісту організації виробництва / О. С. Хринюк // Вісник Хмельницького національного університету. — № 4. — Т. 3. — 2009. — С. 54–58.
9. Сусол Н. Я. Особливості організації закладів ресторанного господарства відкритої форми виробництва «Front cooking» [Текст] / Н. Я. Сусол // «Новітні тенденції у харчових технологіях та якість і безпечність продуктів»: збірник матеріалів VII Всеукраїнської наук.-практ. Конф. (Львів, 16–17 квітня 2015 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів : Ліга прес, 2015. — С. 172–175.
10. ДБН В.2.2-25:2009 Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства) Наказ Міністерства регіонального розвитку від 30.12.2009 р. № 703.
11. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281-2004. — Чинний від 2004-07-01. — К. : Держспоживстандарт України, 2004. — 21 с. — Національний стандарт України.
12. СанНін42-123-5777-919. Санітарні правила для підприємств громадського харчування, включаючи кондитерські цехи та підприємства, що виробляють м'яке морозиво.

Сусол Н. Я.

ИННОВАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ЗАВЕДЕНИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА: ВОПРОС ИХ СУЩНОСТИ

В статье дается эмпирический и теоретический уровни познания и определения сущности инноваций: открытая кухня «Front cooking», кулинарные шоу «Show-cooking», заказы из-под ножа «Fresh-time» в организации производства заведений ресторанных хозяйств.

Ключевые слова: организация производства, инновации, формы организации, заведения ресторанных хозяйств.

Susol N. Ya.

INNOVATIONS IN THE PRODUCTION SECTOR ESTABLISHMENTS RESTAURANTS: ISSUE OF ESSENCE

The article presents an empirical and theoretical levels of cognition and definition of the essence of innovation: open kitchen «Front cooking», culinary show «Show-cooking», orders from under the knife «Fresh-time» in the organization of production of restaurant business establishments.

Keywords: organization of production, innovation, forms of organization, institutions restaurant industry.

Розділ 6.
КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ

УДК 94(477.83/.86)

Берест Роман Ярославович, д. і. н., проф.,

Львівський інститут економіки і туризму

Берест Ігор Романович, к. і. н., доц.,

Українська академія друкарства

**ПЕРША РОСІЙСЬКА ВЛАДА В СХІДНІЙ ГАЛИЧИНІ
ТА ЇЇ ЗЛОЧИННА ПОЛІТИКА**

На основі різних за походженням писемних джерел висвітлено основний зміст царської політики й практичні дії влади на землях Східної Галичини в період її першої російської окупації 1914–1915 рр. У час воєнних подій Першої світової війни російський царизм прагнув завершити загарбання усіх західноукраїнських земель, вирвавши їх із рук Австро-Угорщини, тотально, прискореними методами русифікувати, винищивши будь-які прояви українства.

Ключові слова: арешти, депортация, русофіли, поліція, губернаторство, армія, російська влада, русифікація.

Вичерпну відповідь на надзвичайно важливе та актуальнє питання сьогодення, що зараз шукає Росія на українських землях, дає історія. Фактично теж саме, що шукала сто, двісті, триста і більше років тому. Залишається історичним фактом те, що після знищення козацької держави Богдана Хмельницького український народ на тривалий період опинився в чужоземному і, в тому числі, російському ярмі. У той час російська колонізація українських земель та процеси закріпачення українського населення набули особливого розмаху. Спроби соціального та національного визволення знайшли свій вираз у численних виступах, повстаннях, протестах українців та анти-українських заходах російської влади. Досить лише згадати, що українці у російській інтерпретації стали малоросами, а Валуевський циркуляр (1863), Емський указ (1876) та інші заходи були покликані винищити будь-які прояви українства і, особливо національну мову й культуру українців, прискорено адаптувати їх до російських реалій.

Саме з історичного досвіду відомо, що засобом вирішення багатьох спірних питань були війни, революції. Сто років тому на українських землях вибуvala Перша світова війна (1914–1918). За короткий період вона забрала сотні тисяч невинних життів із числа військових та мирного населення, завдала велетенських матеріальних і фінансових збитків, сприяла поширенню каліцтва, голоду, епідемій, розрухи, репресій, примусових депортаций та інших явищ суспільного життя.

Одним із розпалювачів Першої світової війни була царська Росія. За будь-яку ціну вона прагнула відібрати в Австро-Угорщини західноукраїнські землі і включити їх у склад своїх володінь, вважаючи себе законним спадкоємцем української територіальної спадщини, яку вже давно трактувала як російську (не українську!), силовими методами стираючи будь-які прояви національно-культурного життя українців.

Навіть у процесі воєнних дій, загарбуючи українські землі, Росія намагалася прискорено пристосовувати їх до російського губернського адміністративно-територіального

устрою, шляхом інтенсивної русифікації, арештів, депортаций та винищення свідомої частини населення, пристосування суспільно-політичного життя до власного законодавства, забороняла українцям вживати рідну мову й національні традиції, закривала українські школи, культурно-освітні заклади, громадські товариства, колонізувала українські землі.

Із давніх пір вірним союзником державної влади стала російська православна церква, яка підтримувала та освячувала її злочинні дії. Варто згадати, що ще й досі російська церква не зняла накладене прокляття (анафему) з українського гетьмана Івана Мазепи, яке оголосила ще на початку XVIII ст. за зраду російському цареві. Це засвідчує незмінне продовження загарбницької великороджаної колишньої та сучасної політики Росії відносно України.

Зазначена тема є надзвичайно актуальною з погляду подій, які зараз переживає наша держава. По при лицемірні вислови теперішньої російської влади, щодо дружби російського й українського народів стала цілковитою несподіванкою анексія Росією Криму, розпалювання воєнних подій на Донбасі, диверсії, військово-політичне розхитування південних районів України і, навіть, зрадницька проросійська позиція багатьох українських політиків, бізнесменів, що привело до великого числа людських жертв, матеріальних збитків та втрат населення.

У відповідь на численні мирні ініціативи, Мінські домовленості, що ґрунтуються на національно-демократичних прагненнях українців жити й працювати в цивілізованій Європі, Україна опинилася перед збройним тиском російського агресора, хвилею брехливого, брудного й підлого політиканства сучасної російської влади. Спроба російського президента В. Путіна розвалити та знищити Україну ідеями «великого русського мира», «захистити росіян в Україні» від видуманої національної та релігійної дискримінації і знову відновити колишнє російське панування неминуче зазнає краху, адже в пошуку справедливості в боротьбу з російським окупантам вступили не лише українці й татари, але й росіяни, які проживають на українській землі.

Варто зауважити, що питання викриття справжнього лиця та місії російських окупантів на землях України не тільки в умовах функціонування тоталітарного радянського режиму, але й державної незалежності в силу вирішального впливу політичних, економічних, ідеологічних, релігійних, соціальних та інших чинників залишалося закритим. Нерідко, щоб приховати свої справжні плани російські політики використовували улесливі й фальшиві епітети «братський український народ», що суттєво знімало недовіру й міжнаціональну напругу.

Дане питання не є новим в історичній науці. Історіографія проблеми російської окупації українських земель у період Першої світової війни охоплює публікації вітчизняних та зарубіжних дослідників. Так у багатьох працях сучасних російських дослідників простежується тенденція інтерпретації лояльності російської політики на захоплених українських землях, прагнення російської влади зміцнити західні кордони своєї імперії, об'єднати під пррапором Росії усі землі братніх народів. Для прикладу можна навести роботи московської дослідниці О. Бахтуріної [1, 392 с.; 2, 264 с.]. Також не вбачає загарбницької місії російської армії в Першій світовій війні, ігнорує величезні втрати й завдані збитки в ході воєнних дій сучасний російський історик В. Рунов [21, 832 с.]. Свою основну увагу він зосередив на винятковому воєнному таланті й здобутих перемогах полководців російських армій, не звертаючи уваги на те, що їх ціна нерідко була надзвичайно високою й неоправданою.

Більш реально оцінив величезні збитки й негативні наслідки для Галичини, які відбулися на початковому етапі Першої світової війни, польський дослідник Я. Моленда [8, с.113–131]. У роботі німецького історика І. Фляйшбауера [22, 258 с.] наведено важливі наукові матеріали й відомості щодо основних напрямів політичних векторів,

форм й особливостей національної дискримінації росіянами підкореного населення галицьких земель.

Останнім часом у вітчизняній історіографії з'явилася низка цінних наукових праць, які глибоко висвітлюють російську окупацію західноукраїнських земель. Привертають увагу роботи М. Литвина [5, 376 с.], О. Реснта [19, 338 с.], О. Рубльова [20, с.632], у яких автори висвітлюють не тільки відкриті, але й приховані сторони російської політики на українських землях стосовно різних національностей, релігійних прошарків й соціальних верств населення, особливості її реалізації в умовах воєнних дій, трагічні наслідки російської окупації для мешканців Галичини.

Метою статті є висвітлення агресивних планів, загарбницької політики царської Росії та її наслідків на землях Східної Галичини в період першої російської окупації, яка припадає на серпень 1914 — червень 1915 рр.

Зараз немає жодного сумніву у тому, що ще задовго до початку Першої світової війни царська Росія готувалася до збройної сутички з Австро-Угорщиною. Основною причиною була «українська спадщина», яка внаслідок первого поділу Польщі (1772 р.) опинилася в складі Австрії. Конкретне інструктивне значення для російських військових напередодні Великої війни отримала брошуря «Современная Галичина. Этнографическое и культурно-политическое состояние ее в связи с национально-общественными настроениями». На її сторінках у перекрученому русофільському трактуванні зображувалися суспільно-політичні настрої галичан, які ніби-то споконвіку прагнуть до об'єднання з Росією. Місцева національна еліта подана як жменька блудних безкомпромісних інтелігентів, яких із метою забезпечення спокою необхідно ізолювати від суспільства. Враховуючи перевагу сільського населення краю військовим рекомендували дотримуватися толерантного ставлення до селянства, щоб викликати в нього симпатію та повагу до російської влади.

У маніфесті російського царя Миколи II з приводу оголошення війни Австро-Угорщині прозвучав заклик забути перед лицем «страшного випробування» всі внутрішні суперечки, негаразди й конфлікти, тісно згуртуватися навколо трону в боротьбі з небезпечним ворогом. Для підняття патріотичного духу російського народу у Москві, а також багатьох інших містах імперії тодішня влада організувала багатолюдні мітинги та маніфестації під гаслом «Війна до переможного кінця». Серпневі народні зібрання 1914 р. інколи супроводжувалися гучними погромами німецьких закладів й установ, як, наприклад, це відбулося у Петербурзі, де було розгромлено приміщення посольства Німеччини. Російська влада спішно закривала німецькомовні школи й навчальні заклади, господарські, виробничі та культурно-освітні спілки, монастирі західного релігійного обряду, протестантські церкви, костели та німецькі кірхи, заборонила у громадських місцях відкрито розмовляти німецькою мовою [22, с. 24–53].

Антнімецькі настрої також виявлялися у спільному перейменуванні німецькомовних назв населених пунктів (зокрема, столицю Росії Петербург тоді назвали Петроградом), в закритті німецькомовних газет і, навіть, в арешті осіб із німецькими прізвищами. Громадську істерію та настрої населення розпалювали, здебільшого, вигадані гостросюжетні газетні публікації про нечувані звірства німців і австрійців, про їхнє негуманне поводження з галичанами, російськими військовополоненими [12, с. 365].

В умовах панування істеричних настроїв у провладних верхах Росії активно дискутувалося питання про ліквідацію німецьких помість у губерніях, а також арешти тих німецьких підданих, які іммігрували на російські території після 1871 р. Особливий наголос робили на німців, що проживали в прикордонній зоні, насамперед на землях Волині. Рішення про ліквідацію помісних господарств було ухвалено, хоча його реалізувати вдалося тільки частково.

Вже на початку війни велика підозра в шпигунстві на користь ворогів Росії — Німеччини і Австро-Угорщини несподівано впала на єврейське населення. Таким чином, в 1914—1915 р. сотні тисяч єврейських сімей було примусово виселено з прикордонної зони. Зазвичай, під посиленою охороною російських жандармів євреїв-депортантів пішими ходом скеровували до найближчих залізничних станцій, де після детального огляду й ревізії майна, численних обшуків, вилучення недозволеного проводили посадку в товарні вагони і відправляли на Схід.

Нові акценти у політиці царської Росії внесли успішні бойові дії російських армій. Вже на початку серпня 1914 р. війська Південного-Західного фронту під командуванням генерала від артилерії Миколи Іванова наступом прорвали австрійську оборону й розпочали захоплення Східної Галичини. Галицька битва, яка між російськими та австро-угорськими арміями тривала від 18 серпня до 21 вересня 1914 р. переможно завершилася для Росії.

Поступове просування армій Південного-Західного фронту вглиб австро-угорських володінь спричинило розширення територіальних володінь Російської імперії. На захоплених територіях створювалися нові військово-адміністративні органи влади, які підпорядковувалися створеному ще на початку бойових дій генерал-губернаторству на чолі з Георгієм Бобринським. Як окрема адміністративна структура Тимчасове військове генерал-губернаторство Галичини було створено ще 22 серпня 1914 р. у межах завойованих на той час західноукраїнських земель. На початку воно підпорядковувалося головнокомандуючому арміями Південного-Західного фронту генерал-ад'ютанту Миколі Іванову. Проте з вересня 1914 р. Тимчасове генерал-губернаторство Галичини перейшло в підпорядкування начальника штабу верховного головнокомандуючого російських військ генерала М. Янушкевича [23, арк. 5—9].

Посада тимчасового військового генерал-губернатора стала ключовою в російській окупаційній адміністрації Галичини, оскільки поєднувала управління військовою і цивільною сферами. Усі накази й розпорядження (в політичній, економічній, культурно-освітній, військовій, релігійній, судовій, поліцейській, жандармській та інших галузях) генерал-губернатора Г. Бобринського, враховуючи умови воєнного часу, були обов'язковими для виконання. На випадок ігнорування наказу влади застосовувалася найвища міра покарання, що наводило неабиякий страх на місцеве населення.

До сфери опіки генерал-губернаторства належало: боротьба з будь-якими проявами ворожої агітації (в тому числі української), організація функціонування російської влади у захоплених населених пунктах, розквартирування військових, контроль за діяльністю апарату поліції, жандармерії, пошти, створення реєстру підприємств, виробництв та власників земельних угідь, проведення невідкладних санітарно-епідеміологічних заходів, збір податків із населення, контроль за переміщенням населення тощо [23, арк. 8]. У правовому статусі воно прирівнювалося до повноважень діяльності військово-окружних управлінь у воєнних умовах.

Найголовнішим завданням Тимчасового губернаторства було безперебійне забезпечення діючих армій усім необхідним (боєприпасами, продуктами, фуражем та ін.), організація й налагодження цивільного життя, місцевих виробництв, формування системи та органів безпеки, лікування поранених й хворих військовослужбовців, контроль за діяльністю військових та цивільних закладів. В загальних рисах свою роботу Тимчасове генерал-губернаторство корегувало положеннями «Правил про місцевості, оголошенні на воєнному становищі», які були розроблені в Росії ще у 1892 р.

Велику допомогу та сприяння російським арміям у захопленні Галичини надали русофіли, які з наступом російських армій на галицькі землі надзвичайно активізували

свою діяльність у популяризації великої визвольної місії царської Росії від огидного німецького ярма на сторінках власних видань, зборах товариств, в імпровізованих агітаційних виступах у населених пунктах. Псевдопатріотичні заклики русофілів підсилювалися численними прокламаціями й загальними зверненнями до галичан із боку російського імператора, представників військово-адміністративної влади, а також улесливі відозви до «братського» польського, українського, єврейського та інших народів, які «знемагали» під непосильним німецьким пресом.

Вже на початку вересня 1914 р., тобто через місяць після початку війни, у Львові з'явилися російські солдати. Для забезпечення контролю в місті розквартирували окремі підрозділи 3-ї та 8-ї російських армій. Архівні матеріали свідчать, що місто після австрійського терору, спричиненого провокаційними діями, росіянам добровільно передали представники міської влади, надіючись на лояльність та поблажливість нових окупантів. Перемовини про умови передачі відбулися 3 вересня 1914 р. на Личаківській «рогатці», що знаходиться в північно-східному передмісті Львова. Участь у них від міської управи брали: тодішній віце-президент міста Тадеуш Рутовський, а також місцеві чиновники Шляйхер та Шталь, а від російської сторони — командувач 42-ї російської піхотної дивізії генерал фон Роде. Після короткої розмови з рук Т. Рутовського російський генерал отримав символічний ключ від міста. У своїй короткій промові зазначений царський військовий ставленник пообіцяв підтримувати законність, право, порядок, спокій, мир, ставитися із повагою до усіх львів'ян (поляків, австрійців, німців, українців, євреїв та ін.), але вимагав від кожного етносу представити гарантів перемовин — своїх заручників. За настійним наполяганням російських військових вимогу про заручництво необхідно було виконати негайно (!). Важливо наголосити, що заручниками російської влади мали стати найбільш впливові та відомі діячі в галузі політичного, національного, релігійного, культурно-освітнього життя міста. Тоді ж було вирішено представити гарантами спокою у Львові 16 осіб — 4 українців, 4 поляків, 4 євреїв та 4 русофілів. Навіть митрополит Андрей Шептицький запропонував свою кандидатуру, щоб також стати гарantom спокою, безпеки та налагодження мирних стосунків [11, с. 28–29]. Тоді в галицькому суспільстві під впливом проросійської політичної пропаганди й практичних дій австрійської жандармерії на короткий період запанувала щира віра у велику визвольну місію російського царизму. Проте незабаром, і, навіть, в акції заручництва, перед галичанами відкриється справжнє лице російської окупаційної влади.

Восени 1914 р. російські війська захопили не тільки територію Східної Галичини, але й Північної Буковини. Із приводу здобутих перемог царських армій Верховний головнокомандувач російськими військами цар Микола II видав спеціальний маніфест, в якому висловлював неймовірну радість, що нарешті «російський народ об'єднався» і «завершено справу Івана Калити».

Вектор політики росіян на підкорених територіях дуже швидко змінювався. Наївна віра представників адміністрації Львова в брехливу російську пропагандистську політику наштовхнулася на неймовірні репресивні заходи нових господарів. Пізніше у своїх спогадах колишній командувач 8-ї російської армії генерал Олексій Брусилов згадував, що населення Львова повністю виконало свої обов'язки щодо дотримання спокою і порядку «чесно і добросовісно» [4, с. 86].

Відкритий та зневажливий наступ на все чуже, особливо українське, росіянини розпочали після прибуття до Львова генерал-губернатора Георгія Бобринського. На підставі дії «Тимчасового положення» за зразком російського територіального устрою були створені нові адміністративно-територіальні одиниці. Наприкінці 1914 р. Тимчасове військове генерал-губернаторство Галичини вже налічувало 4 губернії (Львівську, Перемишльську, Тернопільську та Чернівецьку) [13, с. 73–78].

Тоді ж були визначені Тимчасові штатні розписи посадовців центрального, губернських та повітових управлінь, які складали управлінську вертикаль. Показовим явищем російської політики в Галичині стали принципи призначення випробуваних російських чиновників та військових на адміністративні посади усіх рівнів. Наприклад, начальником Львівського повіту було призначено хорунжого 2-го ескадронного Кубанського козачого полку С.К. Ламсдорфа-Галагана. Проте, як свідчать архівні документи, більшість керівних посад у повітах та губернаторствах отримали надвірні, титулярні, колезькі та статські радники, асесори, реєстратори, секретарі вищих адміністративних чинів та установ Росії [24, арк. 2–4]. Показовим фактом є те, що усі десять приставів поліцейських дільниць Львівського градоначальства очолили російськомовні дільничі. Зокрема, Галицький дільничий пристав — В. Лазовский, Георгіївський — В. Верезуб, Жолкевський — А. Мельников, Замарстинівський — І. Каско, Krakівський — Л. Волженський, Личаківський — М. Загривний, Львівський — Г. Гроздовский, Пригородний — А. Марченко, Стрийський — В. Васильєв, Янівський — С. Госочинский [10, с. 13].

Подібна тенденція підбору випробуваних кадрів простежується в усіх губернаторствах і повітах Галичини. Їх діяльність стала яскравим виразом змісту та форм російської політики в Галичині. Так губернатор Львівської губернії полковник російської армії Сергій Шереметьєв вже першим своїм актом наказав перекласти на російську мову вивіски на всіх закладах й установах Львова. З 10 години вечора до 4 години ранку в місті було запроваджено комендантську годину, введено низку заборон та регламентацій для населення.

При Тимчасовому генерал-губернаторстві було створено спеціальну таємну структуру — Управління військово-окружного контролю [25, арк. 83]. Її очолив колезький асессор Малишев, який до початку війни обіймав посаду помічника начальника Іркутського контролера [26, арк. 226].

Як засвідчили реальні дії внутрішня політика російської адміністрації в Східній Галичині, перш за все, була скерована на винищенні будь-яких національних проявів українства, прискорену російськомовну адаптацію населення, вчасне збирання податків та встановлення розмірів реквізицій і контрибуцій, накладених на населення для потреб армії, забезпечення порядку на місцях (контроль і охорона казначейств, банків, архівів, складів та казенного майна), підрив позицій та знищення Української греко-католицької церкви шляхом прискореного поширення на Прикарпатті російського православ'я. Не випадково після захоплення росіянами Львова у місті з'явилося багато російськомовних військових і цивільних осіб, ченців та священнослужителів.

Після встановлення російської влади в Східній Галичині розпочалося впровадження суто «руських начал». У плані впровадження русифікаційних заходів головними радниками Георгія Бобринського стали Володимир Бобринський та Дмитро Чихачев [14, с. 26]. Видаеться, що саме їхні наполегливі вимоги щодо відкриття в містах Галичині російських шкіл, запровадження функціонування в усіх адміністративних, судових, розважальних, культурно-освітніх закладах краю російської мови вплинули на появу 27 вересня 1914 р. циркуляру генерал-губернатора, в якому не тільки наголошувалося на першочерговому переведенні середніх шкіл на російську мову викладання, але повну заборону в навчальному процесі малоросійських (україномовних) навчальних видань [3, с. 53].

У зв'язку з утворенням нового адміністративно-територіального поділу Галичини на захоплених землях розпочали роботу із запровадження в життя великоросійської політики губернські градоначальства, поліція, жандармські управління та інші державні органи. Життя місцевого населення потрапило під жорсткий контроль із боку силових структур. Переслідувалися будь-які прояви українського національного існування.

Правила поведінки та діяльності галичан регламентували обов'язкові для виконання постанови, укази.

Цікаво, що вже перші владні розпорядження заборонили вживання української мови в адміністрації та суді. Обмежувалося право громадян на вільне пересування, в'їзд і виїзд із краю. Було закрито майже усі українські (за винятком русофільських) періодичні видання, видавництва, громадські культурно-освітні товариства і навіть спортивні організації.

Генерал-губернатор Галичини граф Г. Бобринський проголосив, що «Галиция и Лемковщина, исконно коренная часть единой великой Руси... все устройство должно быть основано на русских началах. Я буду вводить здесь русский язык, закон и устройство» [15, с. 22–25]. В інтерв'ю львівській русофільській газеті «Прикарпатская Русь» він зазначив, що за найменшу спробу протидіяти урядовим заходам або політиці таємним чи відкритим способом буде карати з усією строгостю воєнного часу і польового суду, щоб, таким чином, покласти край виступам проти російської державності [17].

Антиукраїнську політику російської влади в Галичині з великим ентузіазмом підтримали галицькі русофіли — Володимир Дудикевич, Семен Бандасюк, Юліан Яворський та ін. Перед початком війни багато русофілів емігрувало до Росії, а тепер повернулося на галицькі землі разом з «добрелесними» російськими вояками. Проросійські активісти видавали новій владі українських громадсько-політичних діячів, священослужителів. Багато з них уже в перші тижні російської окупації зазнали жорстоких репресивних заходів [27, с. 298].

Процес загарбання російськими окупантами земель Галичини сприяв суспільно-політичній активізації низки місцевих проросійських громадських організацій і товариств, які були добрим ідеологічним інструментом в руках російської влади. Серед них великоруськими ідеями виділявся «Карпато-Русский освободительный комитет», який був створений на базі «Галицко-Русского благотворительного общества в Петербурге». Значну пропаганду та публічну агітацію за негайнє та безкомпромісне приєднання Галичини до Росії розгорнув у Львові «Русский народный совет».

Вже на початку війни широкого резонансу й популістського розголосу серед місцевого населення набула відозва «Карпато-Русского народного освободительного комитета» під назвою «Многострадальный русский народ Галицкой земли», яку було надруковано величезним тиражем 11 серпня 1914 р., тобто ще до початку бойових дій російських армій. Вона закликала галичан вітати російських визволителів, всіляко підтримувати, сприяти й допомагати їм.

Вже перші масові арешти галицьких суспільно-політичних, громадських, культурно-освітніх діячів, представників інтелігенції було проведено у Львові в ніч з 19 на 20 вересня 1914 р. Серед арештантів було багато недавніх заручників спокою у Львові [11, с. 29].

Поміж них опинився глава УГКЦ митрополит Андрей Шептицький. Його ув'язнили і під посиленою охороною відправили у Суздал'. Тоді російська жандармерія заарештувала ще 80 осіб із числа представників греко-католицького духовенства, в тому числі Й. Боцяна — ректора львівської духовної семінарії, С. Юрина — Золочівського декана, М. Цегельського — Кам'янка-Струмилівського декана, М. Яцковського — канцлера Львівської митрополичної консисторії та багатьох інших відомих священослужителів [9].

Згідно звіту начальника тимчасового жандармського управління Галичини полковника А. Мезенцева тільки упродовж кількох перших місяців 1914 р. у Галичині було проведено 1 200 арештів, понад 1 тис. обшуків та 578 осіб депортовано на російські землі [3, с. 54].

Лише у лютому — березні 1915 р. зі Східної Галичини на російські землі було вивезено близько 300 осіб, насамперед представників української інтелігенції. Серед депортованих осіб опинилися відомі правники й адвокати (А. Чайковський, Д. Стакура, С. Федак), посол галицького сейму Т. Старух, кілька відповіdalних працівників страхового товариства «Дністер» (С. Британ, О. Кузьмич, М. Губчак), директор національного музею у Львові І. Свенціцький, директор «Народної торгівлі» М. Заячківський, редактор видань «Просвіти» Ю. Балицький та ін.

У звіті генерал-губернатора Галичини Г. Бобринського зазначено, що упродовж 1914–1915 pp. із галицьких земель адміністративно видалено 1 962 чоловік, а переселено у Галичину з підросійських земель 2 364 особи. Однак, сучасний український історик А. Рубльов вважає зазначені цифри приблизними та заниженими [20, с. 41].

Фактично під репресії російської влади потрапила не тільки західноукраїнська інтелігенція, але усі україnofіли окупованих земель. Точного обліку депортантів та переселенців ніхто не проводив. За приблизними останніми підрахунками відомо, що лише через київські тюрми на Схід було скеровано понад 12 тисяч галичан.

На місце ув'язненого галицького митрополита А. Шептицького в грудні 1914 р. на посаду управителя церковними справами в Галичині з Холма прибув православний архієпископ Євлогій (Василь Семенович Георгієвський, 1868–1946 pp.). У той же день місцева русофільська газета «Прикарпатская Русь» опублікувала його пастирське послання «К галицко-русскому народу и его духовенству», де зазначено: «Добрые пастыри Галицкой Руси!... Вы воспитались в традициях латинской унии, но она не могла заглушить в вас русского духа... в жизни вверенного вам народа совершается великий поворот, он вливается в общерусское русло... Ведите же его по пути этого органического слияния с великой Россией и особенно восстановите и закрепите его древнейший исторический союз с Православною Русскою Церковью». На місце відсторонених галицьких священиків у Галичину скеровували священослужителів російської православної церкви. Так за даними канцелярії архієпископа Євлогія, станом на 4 квітня 1915 р. парафіальні громади Східної Галичини вже обслуговувало 113 священиків московського патріархату [1, с. 200–202].

На підставі запровадження жорсткого військово-цензурного режиму переважну більшість місцевих газет та журналів соціал-демократичної орієнтації було закрито. Натомість нова влада організувала випуск періодичних видань російською мовою.

Помітним явищем стало те, що багато русофілів стало домагатися від нової влади виділення їм керівних посад та надання певних пільг за колишні заслуги. Із цього приводу газета «Львовское военное слово» в своєму першому випуску (26 вересня 1914 р.) піддавала критиці русофільство, яке, по-суті, на той час уже виконало перед Росією свою головну місію. На шпальтах зазначеній газети головний редактор капітан М. Наркевич принизливо назавв місцевих русофілів дезертирами свого народу [6].

На сторінках перших номерів друкованого органу управління військового генерал-губернаторства Галичини щоденної газети «Львовский вестник. Ежедневная газета» головний редактор корнет М. Сухонін закликав тимчасову російську владу до негайного наведення порядку на підконтрольних територіях, безжалісного покарання злочинців й зрадників російського народу [7].

Тоді ж місцеві русофільські газети «Голос народу» та «Прикарпатская Русь» поширювали кампанію брудних звинувачень на противників російського режиму, яких називали «мазепинцями». Вони закликали місцеві силові структури, владу негайно заарештовувати їх, критикували навіть урядовців за повільну русифікацію краю [16–18].

Із числа польських періодичних видань виходили газети «Kuryer Lwowski», «Wiek nowi» та «Slowo polskie». Але вони не піднімали питання політичного становища краю

та діяльності російської адміністрації в Галичині. Лояльне ставлення до нової влади дало їм змогу продовжити існування.

Тогочасна українська соціал-демократична періодика Східної Галичини уже в перші дні російської окупації Галичини опинилася в складному становищі. Газети «Діло», «Громадський голос», «Свобода» були закриті, багато працівників періодичних видань було арештовано, інша частина мігрувала за кордон або перебувала в карному розшуку. Будь-які прояви українства російська влада розцінювала як великий злочин перед «отечеством».

Таким чином, упродовж свого першого короткого періоду правління в Галичині, який припав на осінь 1914 — початок літа 1915 рр., російська влада шляхом використання військової сили, фальшивої пропаганди й агітації, соціокультурних резервів, громадських і суспільно-політичних структур, жандармсько-поліцейських заходів, утисків й численних вишуканих методів та засобів тотальної русифікації, примусового насадження ідеологічних переконань, репресивних дій, депортаций, а також переселення росіян в Галичину вперто утверджувалася на загарбаних українських землях.

Література

1. Бахтурина А. Окраины Российской империи: государственное управление и национальная политика в годы Первой мировой войны (1914–1917 гг.) [Текст] / Александра Бахтурина. — Москва : Российская политическая энциклопедия (РОССПЕН), 2004. — 392 с.
2. Бахтурина А. Политика Российской империи в Восточной Галиции в годы Первой мировой войны [Текст] / Александра Бахтурина. — М. : АИРО-XX, 2000. — 264 с.
3. Берест І. Р. Репресивні акції щодо населення Східної Галичини в роки Першої світової війни [Текст] / І. Р. Берест // Держава і армія. Вісник Національного університету «Львівська політехніка», № 584. — Львів, 2007. — С. 52–57.
4. Брусилов А. Мои воспоминания [Текст] / Алексей Брусилов. — М. : Воениздат, 1983.
5. Литвин М. Військова еліта Галичини [Текст] / Микола Литвин, Кім Науменко. — Львів : Ін-т українознавства ім. І. Крип'якевича НАН України, 2004. — 376 с.
6. Львовское военное слово. Ежедневная, политическая, общественная и литературная газета. — 1914. — № 1. (26.IX).
7. Львовский вестник. Ежедневная газета. — 1915. — № 1 (I–III).
8. Molenda J. Chłopi polscy w 1914 roku [Текст] / Jan Molenda // Dzieje najnowsze, rocznik XXXVI. — Warshawa : Wydawnictwo DiG, 2004, 3. — S. 113–131.
9. Нива. — 1916. — № 4. — С. 262–264.
10. Отчет по Львовскому градоначальству (с 21 августа по день эвакуации Львова 7 июня 1915 г.) Приложение к отчету военного генерал-губернатора Галиции № 5 [Текст]. — К. : Типография штаба Киевского военного округа, 1916. — С. 13.
11. Перелигіна О. Заручники війни [Текст] / Ольга Перелигіна // Галицька брама. — № 7–8 (151–152), липень–серпень 2007. — С. 28–31.
12. Полещук Т. Історія Росії XIX — початку ХХ століття [Текст] : навч. посібн. / Тамара Полещук. — Львів : ПАІС, 2008. — 399 с.
13. Первая мировая война [Текст] / Сост. В. А. Золотарев. — М. : Наука, 2002. — 687 с. — ISBN 978-5-17-083542-3.
14. Петрович І. Галичина під час російської окупації: серпень 1914 — червень 1915 [Текст] / І. Петрович. — Львів : Накладом видавництва «Політична бібліотека», 1915. — 116 с.
15. Пілінкевич А. Львів в умовах російської окупації [Текст] / А. Пілінкевич // Галицька брама. — № 7–8 (151–152), липень–серпень 2007. — С. 22–25.
16. Прикарпатская Русь. — 1914. — 22 вересня.
17. Прикарпатская Русь. — 1914. — 11 жовтня.
18. Прикарпатская Русь. — 1914. — 4 декабря.
19. Реєнт О. Україна в імперську добу (XIX — початок ХХ ст.) [Текст] / Олександр Реєнт / Інститут історії України НАН України. — К., 2003. — 338 с.

20. Рубльов О. Західноукраїнська інтелігенція у загальнонаціональних політичних та культурних процесах (1914–1939) [Текст] / Олександр Рубльов / НАН України; Ін-т історії України. — К., 2004. — 632 с.
21. Рунов В. Полководцы Первой мировой войны. Русская армия в лицах [Текст] / Валентин Рунов. — М. : Яузा, 2014. — 832 с. — ISBN 978-5-699-67868-6.
22. Fleischbauer I. Die Deutschen im Zarenreich [Текст] / I. Fleischbauer. — Stuttgart, 1986. — 258 р.
23. Центральний державний історичний архів України, м. Київ. — Ф. 361 (Канцелярія военного генерал-губернатора Галиции. 1914–1915 гг., оп. 1, спр. 3 (С циркулярами военного генерал-губернатора Галиции, 23 сентября 1914 — 4 мая 1915 гг. — 30 арк.
24. Центральний державний історичний архів України, м. Київ. — Ф. 361 (Канцелярия военного генерал-губернатора Галиции. 1914–1915 гг., оп. 1, спр. 6 (С перепиской департамента полиции по выяснению числа классных и низких чинов полиции, занимаемые должности, 28 октября — 7 ноября 1914 г. — 87 арк.
25. Центральний державний історичний архів України, м. Київ. — Ф. 361 (Канцелярия военного генерал-губернатора Галиции. 1914–1915 гг., оп. 1, спр. 461 (О расформировании управления военного генерал-губернаторства, 24 июня 1915 — 17 января 1916 р.). — 125 арк.
26. Центральний державний історичний архів України, м. Київ. — Ф. 363 (Штаб военного генерал-губернатора Галиции. 1914–1917 гг., оп. 1 (Об укомплектовании личного состава, 9 августа — 31 декабря 1914 г.). — 271 арк.
27. Україна: історія [Текст] / О. Субтельний; пер. з англ. Ю. І. Шевчука; вст. ст. С. В. Кульчицько-го. — 2-е вид. — К. : Либідь, 1992. — 512 с.

Берест Р. Я., Берест И. Р.

ПЕРВАЯ РОССИЙСКАЯ ВЛАСТЬ В ВОСТОЧНОЙ ГАЛИЧИНЕ И ЕЕ ПРЕСТУПНАЯ ПОЛИТИКА

На базе различных по происхождению письменных источников освещено основное содержание царской политики и практических действий власти на землях Восточной Галичины в период первой русской оккупации 1914–1915 гг. В то время, в ходе военных событий Первой мировой войны русский царизм стремился завершить захват всех западноукраинских земель, отобрав их с рук Австро-Венгрии, тотально, ускоренными методами русифицировать, истребив любые проявления украинства.

Ключевые слова: аресты, депортация, русофилы, полиция, губернаторство, армия, российские власти, русификация.

Berest R. Ya., Berest I. R.

FIRST RUSSIAN AUTHORITIES IN EASTERN HALYCHYNA AND ITS CRIMINAL POLICY

On the basis of different in origin written sources, the main content of royal policy and practical actions of the authorities in the lands of Eastern Halychyna during its first Russian occupation of 1914–1915 is highlighted. At that time, during the military events of World War I Russian tsarist government sought to complete the seizing of all of Western Ukrainian lands, snatching them from the hands of Austria-Hungary, to russify totally with accelerated methods, destroying any shows of Ukrainian identity.

Key words: arrests, deportation, Russophiles, the police, the Governor, the army, the Russian authorities, russification.

УДК 338.481.31 (477.83)

*Дорош Юлія Степанівна, завідувач лабораторії,
викладач, Львівський інститут економіки і туризму*

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГЕРОЇКО-ПАТРІОТИЧНОГО ТУРИЗМУ У ГАЛИЧИНІ

Уточнено сутність поняття «героїко-патріотичний туризм». Запропоновано класифікацію ресурсів героїко-патріотичного туризму. Досліджено географію основних ресурсів на території Галичини. Проаналізовано наявність на туристичному ринку маршрутів із залученням об'єктів героїко-патріотичної тематики.

Ключові слова: патріотичне виховання, героїко-патріотичний туризм, національно-визвольна боротьба, туристичні ресурси, туристична привабливість, тур, Галичина.

У сучасних умовах розвитку та становлення України проблема патріотичного виховання набуває особливого значення. Одним із дієвих способів патріотичного виховання є організація туристичних подорожей власною країною, зокрема відвідання місць пов'язаних із героїчним минулім українського народу. Значна частина таких об'єктів на сьогодні ще недостатньо використовується в туризмі і залишається невідомою для широкого загалу, особливо для жителів інших регіонів України.

Поняття героїко-патріотичного туризму як окремого напрямку туристичної діяльності є відносно новим і в такому формулюванні раніше не зустрічалося у науковій літературі. Частково його зміст характеризують близькі за значенням терміни, зокрема військово-історичний, військово-патріотичний, патріотичний, повстанський туризм тощо. Так, у роботі Ф. Шандора та М. Кляпа сформульовано визначення військового туризму та виділено один з його напрямків — військово-історичний. Під яким автори розуміють відвідування місць боїв та історичних битв, історичних військових об'єктів, а також пам'яток і музеїв, пов'язаних із ними [10, с. 205–206]. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині розглядаються у роботі І. Голібороди [6]. Поняття «військово-патріотичний туризм» частіше зустрічається в радянських та російських джерелах і стосується, головним чином, пам'яток Великої Вітчизняної війни. Термін «патріотичний туризм» в деяких випадках вживается як синонім внутрішнього туризму. Поняття повстанського туризму вперше прозвучало на Івано-Франківщині, де ще у 2008 р. вийшов туристичний путівник «Стежками Української Повстанської Армії» [5]. Найбільш детально історична спадщина УПА як об'єкт туризму розкрита в роботі Д. Каднічанського [8], однак вона стосується всієї території Західної України. У Галичині систематичні дослідження цієї тематики не проводились, тому є надзвичайно актуальними.

Метою статті є дослідження ресурсного потенціалу, сучасного стану та перспектив розвитку героїко-патріотичного туризму як інноваційного напрямку туристичної діяльності в Галичині. Крім того, важливими завданнями є оцінка ресурсів, які можуть стати основою для організації героїко-патріотичних турів та характеристика їхнього просторового розміщення на території регіону.

На сьогоднішній день немає єдиного трактування поняття «героїко-патріотичний туризм». Поняття, які близькі за ідейним змістом не повністю розкривають його зміст, часто вживаються у публіцистичному стилі і не мають належного наукового обґрунтування. Саме тому, пропонуємо вживати термін «героїко-патріотичний туризм», який підкреслює зв'язок між відвідуванням пам'яток героїчного минулого з патріотичним вихованням.

Таким чином, героїко-патріотичний туризм — це різновид культурно-пізнавального туризму, що охоплює подорожі власною країною з метою відвідання пам'яток та пам'ятних місць, пов'язаних з історією національно-визвольної боротьби, героїчними подіями

та постягами минулого, і спрямований на підвищення почуття патріотизму. За своєю сутністю цей вид туризму спрямований в першу чергу, на внутрішніх туристів, що подорожують власною країною. Для іноземних туристів такі тури можуть мати значний пізнавальний інтерес, однак без патріотичної складової.

Об'єкти, що можуть бути використані для створення героїко-патріотичних турів, належать здебільшого до групи історико-культурних туристичних ресурсів. Тому для їх класифікації та оцінки можна використати одну з існуючих методик, представлених у роботах С. Кузика, О. Байдика, Л. Безручка, О. Клапчук та ін. [3; 4; 9]. Проте, ці методики не дозволяють врахувати специфіку досліджуваних об'єктів, адже цінність різних видів історико-культурних ресурсів для героїко-патріотичного туризму буде дещо іншою, ніж, наприклад, для культурно-пізнавального.

З огляду на специфічні особливості героїко-патріотичного пропонуємо власну класифікацію ресурсів, згідно якої всі об'єкти розділені на п'ять основних груп (рис. 1).



Рис. 1. Ресурси героїко-патріотичного туризму

Криївки — це військово-оборонні та господарські споруди УПА, розташовані, зазвичай, під землею і створені для переховування людей, техніки, зброї, боєприпасів, друкарень та інших важливих об'єктів. Крім того, виділяють ще схрони — місця для схову в приміщеннях.

Поховання (військові та меморіальні) — некрополі, військові меморіальні комплекси, братські могили та поодинокі поховання воїнів, полеглих на полі бою чи визначних провідників національно-визвольної боротьби.

Музеї та музейні експозиції — історичні та меморіальні музеї, а також їх відділи та окремі експозиції, які представляють певний період національно-визвольної боротьби України та окремих видатних діячів.

Пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними подіями національно-визвольної боротьби та їх учасниками — місця, де відбувалися важливі історичні події, на згадку про які встановлено пам'ятник, пам'ятний знак чи меморіальну дошку, або існує їх документальне підтвердження. До цієї групи віднесено також збірні пам'ятники борцям за волю України, воїнам УПА чи УСС, встановлені в різних населених пунктах і не пов'язані із похованнями.

Пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби — пам'ятники, пам'ятні знаки чи меморіальні дошки, встановлені на честь відомих осіб в місцях їх народження, проживання або смерті, а також в інших населених пунктах.

Важливим етапом дослідження є оцінка туристичних ресурсів території для потреб певного виду туризму. На основі зібраних матеріалів розроблено власну методику оцінки туристичної привабливості Галичини для розвитку геройко-патріотичного туризму на основі відомої методики оцінки ІКТР С. Кузика та її вдосконаленого варіанту, наведеного у роботі О. Клапчук [9, с. 19–23]. Суть бального підходу оцінки туристичних ресурсів полягає в тому, що кожна група ресурсів оцінюється за певною шкалою (як правило, 5-бальною), при чому кількість балів залежить від туристичної привабливості того чи іншого об'єкту. Виходячи із значення коефіцієнта за рівнем туристичної привабливості для даного виду туризму всі території були поділені на 4 групи: малоатрактивні (0–0,25); середньоатрактивні (0,26–0,50); високоатрактивні (0,51–0,75); унікальні (> 0,76).

Галичина відноситься до регіонів України, де є найсприятливіші можливості розвитку геройко-патріотичного туризму. Зумовлено це, передусім, тривалою боротьбою за волю, незалежність та самостійність України. У кожній із областей (Львівська, Тернопільська, Івано-Франківська) є населені пункти в яких знаходиться значна кількість геройко-патріотичних ресурсів, таким чином, загальна кількість — 572 у Галичині.

Здійснивши детальний аналіз було виявлено, що в Тернопільській області знаходитьться найбільше — 236 ресурсів, на другому місці Львівська область — 169, і третю позицію займає Івано-Франківська область — 167 ресурсів геройко-патріотичного туризму.

Дослідивши територіальну організацію, можна стверджувати, що в Тернопільській області знаходиться найбільша частка геройко-патріотичних ресурсів у Галичині. Майже половину від загальної кількості, а саме — 111 ресурсів (47 %) займають поховання. Зокрема, одним із найвідоміших є цвинтар УСС у с. Посухів Бережанського району. Саме там знаходився невеликий шпиталь УСС, де кілька десятків із воїнів знайшли у с. Посухові свій останній спочинок. У 1920-і рр. місцева громада впорядкувала цвинтар, який знаходиться посеред села з ошатною брамою, вимуруваною у формі тризуба. В радянські часи її завбачливо замурували, приховавши справжню форму. І хоча хрести зняли і спалили ще у 1940-х, однак кладовище вціліло до наших днів. На почату 1990-х рр. могили відновили, встановили березові хрести та надали брамі первісного вигляду.

На Микулинецькому цвинтарі у м. Тернополі знаходяться могили вояків УСС і УГА, меморіал УСС. У Шумському районі на території музею під відкритим небом «Табір ВО УПА» «Волинь-Південь» знаходиться кладовище воїнів УПА — тут у дванадцяти могилах поховані вояки УПА, які померли від ран в таборовому шпиталі і ті, що не мали родини у біжніх селах.

На другому місці пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками (72 об'єкти, 31 % із загальної структури). Більшість із пам'яток постало за роки незалежності України. Їх споруджували переважно за гроші місцевих громад, діаспори, побратимів-повстанців, які живуть за кордоном. Подекуди є навіть цілі композиції та архітектурні ансамблі. До прикладу, в с. Новосілці Заліщицького району, де представлено борців за волю держави в різні часи; є князі Київської Русі, є Січові Стрільці, є повстанці. Уся історія боротьби на символічній карті України 16 . Однією із найважливіших пам'яток з цієї категорії є хрест скорботи і слави на г. Лисоня, встановлений у 1994 р., як даніна світлій пам'яті українських січових стрільців. На мармурових плитах викарбувані імена полеглих тут геройів. Поруч із хрестом збудована капличка для відправ і молитви. У 2007 р. біля підніжжя хреста скорботи і слави було встановлено державний прапор України, а в 2008 р. стенд Пам'яті. Лисоня це величавий символ ідеї боротьби за волю України, доказ незламності духу та звитяжності українського стрілецтва.

Пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами займають третю позицію, 23 об'єкти і 10 % із загальної структури геройко-патріотичних ресурсів Терно-

пільщини. Варто зазначити, що на території області є чимало пам'ятників не лише С. Бандері та Р. Шухевичу, а й духовним провідникам.

Музей та музейні експозиції займають четверту позицію (17 об'єктів, 7 %). Одним із найвідоміших є музей під відкритим небом «Табір ВО УПА» «Волинь-Південь». Вартій відвідання також історико-меморіальний музей політичних в'язнів у м. Тернополі. Це найбільший в Україні історико-меморіальний музей політичних в'язнів, який було відкрито і освячено 14 жовтня 1996 р. Матеріали фонду та експозиція музею розміщені у 28 колишніх камерах слідчого ізолятора. Вони передають історію національно-визвольної боротьби на теренах Тернопільщини. Варто зазначити, що експозиції національно-визвольної боротьби представлені у багатьох історико-краєзнавчих музеях області, зокрема у Бережанському, Чортківському, Денисівському, Теребовлянському та інших. Крім того є музеї, які відображають певну подію, наприклад музей «Зборівська битва» у м. Зборів та музей «Молотківська трагедія» у с. Молотків Лановецького району. Є також музеї окремих діячів, зокрема Ярослава Стецька у с. Великий Глибочок Тернопільського району.

Останню позицію займають об'єкти військової інфраструктури (криївки) — 13 об'єктів, 5 % із загальної структури. Тернопільські печери свого часу не один рік слугували для повстанців унікальними «криївками». Про це можна прочитати у серії книг Нестора Мизака «За тебе, свята Україно!» Дух одвічної стихії і голосу крові: ОУН, УПА в печерах Тернопільщини. Книга розповідає про повстанський побут організований колись у глибинних утвореннях земної кори України 13 .

Усе це не випадково, адже територія Борщівського та Чортківського районів Тернопільщини була місцем активної боротьби ОУН-УПА за незалежність України. У монографії описано шість таких криївок: у печері «Озерна» (Борщівський район с. Стрілківці), у печері «Вертеба» (Борщівський район с. Більче-Золоте), у печері «На Хомах» (Борщівський район с. Кривче), у печері «Глинка» (Борщівський район с. Кривче), у печері «Кришталева» (Борщівський район, с. Кривче), у печері «Угринська» (Чортківський район с. Угринь). Під час археологічних розкопом було віднайдено скелети повстанців, зброю, а також викарбувані слова клятви членів УПА.

Крім того, криївки знаходяться в інших адміністративних районах Тернопільської області. Наприклад, у с. Глібів Гусятинського району відкрито реконструйовану криївку-музей, де на першому поверсі розмістили музей-виставку біографічних матеріалів воїнів УПА, тогчасні довідки, фотографії та речі побуту, а в напівпідвалному приміщенні відновлено справжню криївку. Частина криївки-музею присвячена священикам греко-католицької церкви всієї Тернопільської області, які були репресованими.

Для більш чіткого розуміння туристичної привабливості Тернопільської області для розвитку геройко-патріотичного туризму було здійснено оцінку ресурсів за власною методикою.

Коефіцієнт туристичної привабливості визначався як відношення суми отриманих балів по кожному району до максимальної кількості балів. Відтак, максимальна кількість балів у Львівській області (Стрийський район) — 64 бали. Тому, саме 64 бали взято за основу при визначенні коефіцієнта туристичної привабливості. Результати представлено у табл. 1.

Згідно даних, які представлено у табл. 1 до унікальних територій відносяться Чортківський та Зборівський райони. До високоатрактивних належать чотири райони Тернопільщини, а саме: Бережанський, Бучацький, Козівський та Тернопільський. До середньоатрактивних відносяться всі інші (11 районів), відповідно: Борщівський, Гусятинський, Заліщицький, Збаразький, Кременецький, Лановецький, Монастирецький, Теребовлянський, Підволочиський, Підгаєцький, Шумський, а також м. Тернопіль.

Львівська область — один із найбільш перспективних регіонів для розвитку геройко-патріотичного туризму завдяки наявності на її території значної кількості пам'яток

Таблиця 1

Оцінка героїко-патріотичних ресурсів Тернопільщини

№	Адміністративні райони	Категорії										Коефіцієнт		
		I		II		III		IV		V				
		к-сть	балы	к-сть	балы	к-сть	балы	к-сть	балы	к-сть	балы			
1	Бережанський	1	3	2	8	3	8	2	5	6	14	14	38	0,59
2	Борщівський	5	5	0	0	5	15	1	3	1	2	12	25	0,39
3	Бучацький	0	0	1	2	11	26	2	6	2	5	16	39	0,61
4	Гусятинський	1	5	1	5	6	15	0	0	2	4	10	29	0,45
5	Заліщицький	0	0	1	3	8	18	1	3	3	8	13	32	0,50
6	Збаразький	1	2	0	0	4	10	1	3	6	13	12	28	0,39
7	Зборівський	0	0	1	3	12	33	2	5	8	18	23	56	0,88
8	Козівський	1	2	2	8	6	16	3	8	0	0	11	34	0,53
9	Кременецький	0	0	0	0	4	12	0	0	2	5	6	17	0,27
10	Лановецький	0	0	1	3	4	11	0	0	5	15	10	29	0,45
11	Монастириський	0	0	0	0	6	13	0	0	5	11	11	24	0,38
12	Підволочиський	0	0	1	3	6	17	1	3	2	5	10	28	0,44
13	Підгаєцький	0	0	1	3	6	17	0	0	4	8	11	28	0,44
14	Теребовлянський	0	0	1	3	3	11	1	3	5	13	10	30	0,47
15	Тернопільський	2	5	1	3	7	19	2	5	6	10	18	42	0,66
16	Чортківський	1	1	1	3	11	31	3	8	8	15	24	58	0,91
17	Шумський	1	3	1	5	2	7	—	—	2	5	6	20	0,31
18	м. Тернопіль	0	0	2	8	2	8	2	8	1	3	7	30	0,47

Примітка: I — об'єкти військової інфраструктури (крайки); II — музеї та музейні експозиції; III — поховання (військові та меморіальні); IV — пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби; V — пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними подіями та їх учасниками.

героїчного минулого нашої країни.

За результатами здійснених досліджень на території Львівської області на даний час виявлено 169 ресурсів героїко-патріотичного туризму. Серед усіх видів найбільшу частку займають пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби — 55 об'єктів (32 % із загальної структури). Найвідомішими із цієї категорії є пам'ятники С. Бандери у різних населених пунктах, пам'ятники Р. Шухевичу (с. Білогорща, смт. Krakoveць), Є. Коновалець (с. Зашків, м. Жовква), Я. Стецьку (м. Стрий), В. Куку (м. Буськ) та інші.

Поховання знаходяться на другому місці, 52 ресурси та 31 % із загальної структури. Серед найвідоміших поховань на території Львівщини є: Личаківський цвинтар, меморіальний цвинтар УСС на горі Маківка, Славська Млака та інші. Зокрема, Личаківський цвинтар меморіальне кладовище у Львові. На полі № 76 споруджується меморіальний комплекс воїнів УГА. Його верхня завершена частина присвячена воїнам УГА та УСС. У 2007 р. в північно-західній частині кладовища розпочали будівництво меморіалу воїнів УПА. Крім того, біля брами головного входу є Поле Почесних Поховань, де хоронять визначних діячів, котрі відіграли ключову роль у боротьбі за незалежність України. На Личаківському цвинтарі також знаходяться могили Д. Вітовського та Є. Петрушевича, Олени Степанів-Дашкевич («Степанівни»). У 2014 р. тут поховали четирьох геройів із Небесної Сотні — А. Дигдаловича, Ю. Вербицького, Б. Ільківа та В. Бойківа, а також загиблих військових із зони АТО.

Меморіальний цвинтар УСС на горі Маківка облаштовано на честь геройів Легіону УСС, що полягли у квітні–травні 1915 р. під час Першої світової війни. Славська Млака

меморіальний цвинтар-пантеон жертвам комуністичного режиму у смт. Славське, де поховано понад 100 воїнів УПА і жертв національно-визвольного руху 1940–50-х рр. Сьогодні на Млаці є два великих поховання. В першому перепоховано 18 останків, а в другому — 98 [12, с. 362].

Пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками займають третю позицію (27 ресурсів, 16 % від загальної кількості). Зокрема, найцікавішими та найвідомішими такими пам'ятками є меморіальні таблиці, пам'ятні знаки та дошки, які встановлені на честь конкретної події. Зокрема, у м. Львові 30 червня 1941 р. Ярослав Стецько проголосив з балкона колишнього будинку товариства «Просвіта» (пл. Ринок, 10) Акт відновлення Української Державності. Тут встановлено пам'ятну дошку на честь 50-річчя прийняття Акту. Ще один приклад — будинок Народного Дому (вул. Театральна, 22), де 1 листопада 1918 року під час т. зв. Листопадового чину було проголошено ЗУНР.

Музеї та музейні експозиції займають четверту позицію (18 об'єктів, 11 %). На нашу думку, це найцінніші ресурси геройко-патріотичного туризму, адже, по суті, музей експонує значну кількість об'єктів, зібраних в одному місці. На території Львівщини, одними з найвідоміших музеїв є, звичайно ж, меморіальні музеї трьох провідників УПА, а саме: історико-меморіальний музей Євгена Коновальця у с. Зашків, музей генерал-хорунжого УПА Романа Шухевича у с. Білогорщі [14] та музей Степана Бандери у Дублянах. Важливе місце займають також музеї визвольної боротьби, наприклад у м. Львові, експозиція якого у хронологічній послідовності розкриває основні етапи боротьби за самостійну Соборну Українську Державу, і охоплює період від кінця XIX — до початку 90-х рр. ХХ ст. Не менш важливе значення мають музеї (музей-меморіал «Тюрма на Лонцького» у Львові), меморіальний комплекс «Борцям за волю України» у Стрию.

Об'єкти військової інфраструктури (криївки) за кількістю знаходяться на четвертому місці (17 об'єктів, 10 % у загальній структурі). Більшість криївок на території Львівщини потребує відновлення, оскільки ними довгий час ніхто не опікувався — вони перебувають у стані руйнування.

Найцікавішими з погляду туризму є криївки з музейною експозицією та багатою історією. Зокрема, це: криївка-музей у с. Басівка, музей-криївка воїнів УПА у с. Гавареччина, криївка-музей у с. Сприня та інші.

Результати оцінки туристичної привабливості Львівщини (табл. 2) дають змогу виділити унікальні території для розвитку геройко-патріотичного туризму.

Таким чином, до унікальних територій належать Стрийський район (64 балів) та м. Львів (63 бали). До високоатрактивних належать 5 районів Львівщини, а саме: Жовківський, Яворівський, Жидачівський, Сколівський та Пустомирівський. Групу середньоатрактивних утворюють 8 районів: Бродівський, Буський, Городоцький, Золочівський, Миколаївський, Самбірський, Дрогобицький та Сокальський. До малоатрактивних відносимо 6 районів: Старосамбірський, Турківський, Кам'янко-Бузький, Радехівський, Перемишлянський та Мостиський райони.

Івано-Франківщина належить до тих областей України, де національно-визвольний рух у 1940–1950-х рр. в Україні був наймасовішим і найактивнішим. З кожного міста й села пішли добровольцями десятки, а то й сотні юнаків і дівчат. У кожному населеному пункті діяли підпільні організації ОУН. Боротьба українських патріотів за незалежність своєї Вітчизни була тривалою та надзвичайною жертвою. Це було одне з найбільших піднесень у всій історії боротьби за державну незалежність. Отож зрозуміло, що ця боротьба залишила глибокий слід у матеріальних і духовних пам'ятках. Характерною рисою сучасної Івано-Франківщини є спроба відтворити свій культурний поступ в історико-культурних пам'ятках особливо переломних моментів історії, свідченням чого

Таблиця 2

Оцінка геройко-патріотичних ресурсів Львівщини

№	Адміністративні райони	Категорії										Коефіцієнт	
		I		II		III		IV		V			
		к-сть	балли	к-сть	балли	к-сть	балли	к-сть	балли	к-сть	балли		
1	Бродівський	0	0	0	0	3	9	2	5	1	3	6	17 0,26
2	Буський	0	0	0	0	2	6	3	11	0	0	5	17 0,26
3	Городоцький	1	5	1	4	4	10	0	0	1	3	7	22 0,34
4	Дрогобицький	0	0	0	0	0	0	6	19	0	0	6	19 0,29
5	Жидачівський	2	5	0	0	1	13	2	7	3	8	11	33 0,51
6	Жовківський	2	6	2	8	6	16	3	10	0	0	13	40 0,62
7	Золочівський	1	5	0	0	6	17	0	0	0	0	7	22 0,34
8	Кам'янко-Бузький	1	2	0	0	3	8	2	6	0	0	6	16 0,25
9	Миколаївський	2	4	0	0	3	11	0	0	3	9	8	24 0,37
10	Мостиський	0	0	0	0	1	2	1	3	0	0	2	5 0,10
11	Перемишлянський	0	0	0	0	2	9	2	4	0	0	4	13 0,21
12	Пустомитівський	1	5	1	5	4	9	2	5	5	10	13	34 0,52
13	Радехівський	0	0	0	0	1	2	1	3	1	3	3	8 0,13
14	Самбірський	1	5	3	11	0	0	2	5	0	0	6	21 0,32
15	Сколівський	2	5	1	5	3	10	3	10	1	3	10	33 0,51
16	Сокальський	1	5	0	0	0	0	5	14	1	2	7	21 0,32
17	Старосамбірський	0	0	0	0	3	8	1	3	0	0	4	11 0,17
18	Стрийський	1	4	5	20	1	3	11	35	1	2	19	64 1,00
19	Турківський	1	3	0	0	3	8	1	3	1	2	6	16 0,24
20	Яворівський	3	11	1	3	1	3	4	12	2	6	11	35 0,54
21	м. Львів	1	4	4	17	3	11	5	15	7	16	20	63 0,98

Примітка: I — об'єкти військової інфраструктури (криївки); II — музей та музейні експозиції; III — поховання (військові та меморіальні); IV — пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби; V — пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними подіями та їх учасниками.

є активна музеофікація та розробка туристичних маршрутів у краї пов'язаних із визвольним рухом середини минулого століття. Загалом, за результатами здійснених досліджень на території Івано-Франківської області на даний час виявлено 167 ресурсів геройко-патріотичного туризму. Найбільшу частку займають поховання, 61 об'єкт, тобто 37 % із загальної структури, які на території області представлені як одинокими, так і братськими могилами. Найбільше поховань знаходитьться у Богородчанському, Галицькому та Долинському районах.

На другому місці в Івано-Франківській області знаходяться пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби (38 об'єктів, 23 %). В області знаходить значна кількість пам'ятних знаків, меморіальних дошок, а також пам'ятників визначним діячам — С. Бандері, Р. Шухевичу, Д. Вітовському, Я. Мельнику, Я. Стецьку. Варто зазначити, що пам'ятники встановлені і менш відомим діячам національно-визвольної боротьби. Вони встановлені у містах і селах, звідки походять герой, або — на місцях, пов'язаних із їхнім героїчним подвигом.

Одним із найвідоміших пам'ятників області є перший в Україні пам'ятник Степану Бандері у с. Старий Угринів, який встановлений 14 жовтня 1990 р. Злочинці неодноразово, а саме 30 грудня 1990 р. та 10 липня 1991 р. руйнували історико-культурну пам'ятку, однак небайдужі громадяни її відновлювали, а 21 січня 1991 р. на засіданні Калуської ради було прийнято рішення про будівництво меморіального комплексу С. Бандери і 17 серпня 1992 р. відкрито бронзовий монумент (блія музею С. Бандери).

Третю позицію займають пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними історичними подіями та їх учасниками (29 об'єктів, 17 % із загальної структури). Варто зазначити, що на території Івано-Франківщини є багато пам'ятників «Борцям за волю України», зокрема: у м. Болехів Долинського району, у с. Саджавка Надвірнянського району, у с. Середній Березів Косівського району, м. Тисмениця Тисменицького району.

На четвертому місці — музеї та музейні експозиції (24 об'єкти, 14 %). Проаналізувавши загальну чисельність музеїв патріотичного профілю у Галичині, можна зробити висновок, що на території Івано-Франківської області їхня кількість найбільша. Всі музеї можна поділити на три категорії:

— меморіальні музеї конкретних діячів (історико-меморіальний музей Степана Бандери у с. Старий Угринів Калуського району, музей Ольги Бассарауб у с. Підгороддя Рогатинського району);

— музеї національно-визвольної боротьби (музей визвольних змагань Прикарпатського краю у м. Івано-Франківську, музей визвольних змагань Галицького району у м. Бурштин, Косівський музей визвольних змагань Прикарпатського краю у м. Косів);

— окрім експозиції у музеях історичного профілю, наприклад у історико-етнографічному музеї «Берегиня» с. Саджавка Богородчанського району — виставлені повстанські однострої, зброя, набої, предмети із побуту воїнів УПА, а також численні свіглини.

На останній позиції знаходяться об'єкти військової інфраструктури (криївки) — 15 об'єктів, 9 %. Здійснений аналіз криївок Івано-Франківщини дає змогу зробити висновок, що тут вони найбільш збережені, адже деякі з криївок повністю реставровані із музеиною експозицією, а інші — відновлені. Відомою є криївка Роберта (Ярослава Мельника) у с. Липа Долинського району, проте дістатися до неї доволі важко, адже розташована за г. Яворина [5, с. 22]. Результати оцінки Івано-Франківської області наведено у табл. 3.

Таблиця 3
Оцінка героїко-патріотичних ресурсів Івано-Франківщини

№	Адміністративні райони	Категорії										Коефіцієнт	
		I		II		III		IV		V			
		к-сть	бали	к-сть	бали	к-сть	бали	к-сть	бали	к-сть	бали		
1	Богородчанський	2	6	1	3	9	23	3	9	3	8	18	49 0,76
2	Верховинський	0	0	1	3	3	7	0	0	2	7	6	17 0,27
3	Галицький	5	14	2	8	7	20	3	9	3	6	20	57 0,89
4	Городенківський	1	3	3	12	2	5	1	3	1	2	8	25 0,39
5	Долинський	2	10	2	6	8	23	3	10	2	5	17	54 0,84
6	Калуський	1	2	1	5	4	10	6	16	0	0	12	33 0,52
7	Коломийський	1	5	1	3	2	5	2	6	0	0	6	19 0,30
8	Косівський	0	0	1	5	3	9	6	13	5	14	15	41 0,67
9	Надвірнянський	1	2	3	11	4	12	2	4	2	6	12	35 0,55
10	Рогатинський	1	2	3	10	6	18	4	14	2	5	16	49 0,76
11	Рожнятівський	0	0	1	3	2	7	2	7	0	0	5	17 0,27
12	Снятинський	0	0	3	14	1	3	1	4	0	0	5	21 0,33
13	Тисменицький	1	2	0	0	4	11	0	0	3	8	8	21 0,33
14	Тлумачський	0	0	0	0	4	11	1	4	3	7	8	22 0,34
15	м. Івано-Франківськ	0	0	2	10	4	15	2	7	4	12	12	44 0,69

Примітка: I — об'єкти військової інфраструктури (криївки); II — музеї та музейні експозиції; III — поховання (військові та меморіальні); IV — пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби; V — пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з визначними подіями та їх учасниками.

Проаналізувавши дані табл. 3 можна виділити найатрактивніші території для організації геройко-патріотичного туризму. До унікальних відносяться: Богородчанський, Галицький, Долинський та Рогатинський райони. Територія цих населених пунктів представлена всіма групами геройко-патріотичних ресурсів. До високоатрактивних належать три райони: Калуський, Косівський та Надвірнянський, а також м. Івано-Франківськ. Як відомо, у Калуському районі в с. Старий Угринів знаходитьсь надзвичайно привабливий об'єкт — історико-меморіальний музей С. Бандери, а поблизу є пам'ятник цьому визначному діячу УПА. До середньоатрактивних відносяться сім районів, а саме: Верховинський, Городенківський, Коломийський, Снятинський, Тисменицький, Тлумацький та Рожнятівський. Туристичні ресурси даних районів представлені, зокрема, музеями, криївками, а також пам'ятниками та пам'ятними місцями, пов'язаними з визначними учасниками національно-визвольної боротьби.

Підвівши підсумки, можна виокремити у кожній області лідерську позицію щодо наявності геройко-патріотичних ресурсів серед усіх трьох областей. Так наприклад, у Тернопільській області найбільше поховань (111 об'єктів), у Львівській переважають пам'ятники та пам'ятні місця, пов'язані з визначними діячами національно-визвольної боротьби (55 об'єктів), а в Івано-Франківській області домінують музеї та музейні експозиції (24 музеї).

На підставі проведених досліджень нами складено карту туристичної привабливості Галичини (рис. 2), яка може бути використаною як індивідуальними туристами при плануванні подорожей, так і працівниками туристичних фірм при створенні геройко-патріотичних турів.

Таким чином, постійний пошук нових туристичних ресурсів призводить до виникнення інноваційних видів туристичної діяльності, серед яких і розробка геройко-патріотичних турів. Геройко-патріотичний туризм на сьогодні є одним з найбільш актуальних і перспективних напрямків розвитку туристичної галузі України.

Проаналізувавши роботу найпопулярніших туристичних фірм трьох областей, було виявлено лише п'ять туроператорів, котрі займаються організацією геройко-патріотичних подорожей, у Львові це — «Відвідай», «Час на мандри» та «Тур де Львів»; у Тернополі — «Оксамит-КЛ»; в Івано-Франківську — «Апельсин».

Окремої уваги заслуговує туроператор «Відвідай», котрий у 2010 р. спільно з ГО «Підкова» розпочав проведення патріотичних екскурсій. В межах екскурсійного циклу «Країна Героїв» розроблено шість одноденних автобусних турів: «Стежками Степана Бандери», «Три провідники», «До повстанців на Золоту Поляну», «Там на горі, на Маківці», «Підпільний парламент», «На полях двох битв». Ексклюзивний цикл «Країна Героїв» присвячений українському визвольному рухові в ХХ столітті: Легіонові УСС, Українській Галицькій Армії, Організації Українських Націоналістів та Українській Повстанській Армії. Проте, на даний час пропонується лише три тури із даного циклу («Стежками Степана Бандери», «Три провідники», «До повстанців на Золоту Поляну»).

Розробкою геройко-патріотичних турів на державному рівні почали займатися ще шість років тому. Таким чином, на виконання розпорядження Кабінету Міністрів від 8 грудня 2009 р. «Про затвердження плану заходів щодо підвищення рівня патріотичного виховання учнівської та студентської молоді шляхом проведення на постійній основі тематичних екскурсій з відвідуванням об'єктів культурної спадщини»² було розроблено цикл «Туристичні маршрути, які сприяють патріотичному вихованню молоді України». Ці маршрути є розробленими по кожній області, за винятком двох (Донецька та Луганська).

Зокрема, на Львівщині визначено 19 таких маршрутів, проте серед них лише три передбачають відвідання пам'яток національно-визвольної боротьби, всі інші мають



Рис. 2. Туристична привабливість Галичини для потреб героїко-патріотичного туризму

загальний культурно-пізнавальний характер. На Івано-Франківщині — 10 маршрутів, кожен з яких включає відвідання героїко-патріотичних ресурсів. Тернопільщину представляють 20 маршрутів, але лише до трьох включено відвідання об'єкті геройчного минулого.

Значний ресурсний потенціал для розвитку героїко-патріотичного туризму має саме м. Львів, адже тут відбувалися найвизначніші події протягом всього періоду національно-визвольної боротьби України. Ще в 2009 р. авторським колективом видавництва «Літопис» розроблено туристичний путівник «Львів. Місто наших героїв». Путівник присвячений місцям, пов’язаним з українським національно-визвольним рухом першої половини ХХ ст. у Львові [7, с. 3]. У путівнику Львівської ОДА «Туристичні шляхи Львівщиною» представлено маршрут «Стежками переможних битв Українських Січових Стрільців та воїнів Української Повстанської Армії». Щодо Івано-Франківщини, то тут у 2008 р. вийшов туристичний путівник «Стежками УПА». Путівник знайомить з 8 маршрутами, які стосуються місць боїв УПА та підпілля ОУН.

Героїко-патріотичні ресурси Галичини можна використовувати як центри для проведення патріотичних фестивалів. Як приклад, хочемо навести фестиваль «Зашків — Земля Героїв», — щорічний патріотичний фестиваль, заснований молодіжними громадськими організаціями Львівщини у 2006 р. і приурочений до дня народження голови Проводу українських націоналістів Євгена Коновальця.

Галичина один із найбільш перспективних регіонів для розвитку героїко-патріотичного туризму. Проте, існують проблеми, що стимулюють рівень його розвитку в регіоні, зокрема, це: занедбаний стан більшості пам’яток, особливо криївок та неналежний рівень облаштування поховань; незначна кількість туристичних маршрутів із зачленням героїко-патріотичних ресурсів; незацікавленість туристичних фірм у створенні тематичних героїко-патріотичних турів; штучно створений негативний імідж УПА в інших регіонах України, особливо у Східній Україні.

У теперішніх умовах становлення України та подальшої боротьби за єдину і соборну державу виникли нові пам’ятки, пов’язані з Героями Майдану та воїнами, які загинули в АТО: зокрема, це поховання Героїв Небесної Сотні, яких на території Галичини налічується 31. Хочемо відзначити, що їхнє використання у масовому туризмі є недоцільним; тут можливе відвідування поодинокими туристами для вшанування пам’яті, адже саме подвиг Небесної Сотні надихнув сотні тисяч українців на боротьбу з російською агресією, а відважні воїни сьогодні щодня віддають своє життя за наше мирне життя на Сході України.

Варто зазначити, що після того як пройшло два роки від загибелі героїв Небесної Сотні, пам’ять про них, як і воїнів УПА та УСС вшановують меморіальними та пам’ятними дошками, пам’ятниками та кутючками пам’яті. На нашу думку, необхідно включати дані об’єкти в туристичні маршрути культурно-пізнавального характеру, що сприятиме формуванню почуття патріотизму, а також розширюватиме знання про тривалу боротьбу українців за свою незалежність; оскільки, держава, яка не будується на власній пам’яті про минуле, приречена на постійний хаос сучасності.

Література

1. Про охорону культурної спадщини [Електронний ресурс] : Закон України № 1805-III від 08.06.2000 р. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1805-14>.
2. Про затвердження плану заходів щодо підвищення рівня патріотичного виховання учнівської та студентської молоді шляхом проведення на постійній основі тематичних екскурсій з відвідуванням об’єктів культурної спадщини [Електронний ресурс]: Розпорядження КМУ від 8.12.2009 р. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1494-2009-%D1%80>.
3. Безручко Л. Методика оцінки туристичних історико-культурних ресурсів (на прикладі Турківського р-ну Львівської обл.) [Текст] : навч.-метод. посіб. / Л. С. Безручко ; [за ред. проф. Р. Я. Береста]. — Львів, 2013. — 164 с.

4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування [Текст] / О. О. Бейдик / КНУ ім. Т. Шевченка. — К., 2001. — 395 с.
5. Гандзюк Р. Стежками Української Повстанської Армії. Туристичний путівник [Текст] / Г. Мельник, В. Федорак, З. Федунків. — Івано-Франківськ : Місто НВ, 2007. — 201 с.
6. Голиборода І. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині [Текст] / І. Голиборода // Вісник Львівського університету. — Вип. 29 (2). — С. 45–50.
7. Дєдик О. Львів — місто наших героїв [Текст] / Козицький А., Мороз В., Муравський В. // Путівник за редакцією А. Козицького. — Львів : Літопис, 2009. — 248 с.
8. Каднічанський Д. Історична спадщина УПА і туризм [Текст] / Географія і туризм : європейський досвід. Матеріали III міжнар. конф. 9–11 жовтня 2009 р. — Львів, 2009. — С. 63–66.
9. Кlapчук О. О. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області [Текст] / О. О. Кlapчук / Львівський інститут економіки і туризму. — Львів; Івано-Франківськ : Фоліант, 2012. — 192 с.
10. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму [Текст] : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. — К. : Знання, 2011. — 334 с.
11. Когут М. Герої не вмирають [Текст]. — Дрогобич : Видавнича фірма «Відродження», 2001. — Кн. 1. — 62 с.
12. Кучинська І. В. Перспективи використання об'єктів героїко-патріотичної тематики у туризмі (на прикладі Львівщини) [Текст] / І. В. Кучинська, Ю. С. Дорош // Географія, Екологія, Туризм: теорія, методологія, практика. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 25-річчю географічного факультету Тернопільського національного університету ім. Володимира Гнатюка (21–23 травня 2015 р.). — Тернопіль: СМП «Тайп», 2015. — С. 362–363.
13. Мизак Н. Дух одвічної стихії і голосу крові [Текст] : У 6 т. — Т. 1. — ОУН, УПА в печерах Тернопільщини. Додаток до серії книг «За тебе, свята Україно» / Н. Мизак, Ю. Зімельсь. — Чернівці : Букрек, 2008. — 104 с.
14. Музей генерал-хорунжого УПА Романа Шухевича [Текст] : путівник / Львівський історичний музей. — 2012. — 24 с.
15. Офіційний сайт туроператора «Відвідай!» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.vidviday.com.ua/>.
16. Симоненко І. М. Меморіальний простір України: кризовий стан та шляхи оздоровлення [Текст] / І. М. Симоненко. Стратегічні пріоритети. — 2009. — № 4 (13). — С. 53–62.

Дорош Ю. С.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГЕРОИКО-ПАТРИОТИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ГАЛИЧИНЕ

Уточнена сущность понятия «героико-патриотический туризм». Предложена классификация ресурсов героико-патриотического туризма. Исследована география основных ресурсов на территории Галичины. Проанализировано наличие на туристическом рынке маршрутов с привлечением объектов героико-патриотической тематики.

Ключевые слова: патриотическое воспитание, героико-патриотический туризм, туристические ресурсы, классификация ресурсов, тур.

Dorosh Yu. S.

CURRENT STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF HEROIC AND PATRIOTIC TOURISM IN GALICIA

Essence of concept «heroic and patriotic tourism» is specified. Classification of places of heroic and patriotic tourism is offered. Geography of basic resources on territory of Galicia is investigational. A presence at the tourist market routes with attraction of heroic and patriotic resources in Galicia is analyzed.

Keywords: patriotic education, heroic and patriotic tourism, tourist resources, classification of resources, tour.

УДК 338.48-53:331(477.83/.86)

*Дембіцька Софія Миколаївна, фахівець
відділу НМС, Львівський інститут економіки і туризму*

ЛЬВІВ ЯК ОДИН ІЗ ПЕРСПЕКТИВНИХ ЦЕНТРІВ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗMU В УКРАЇНІ

Розглянуто теоретичні засади ділового туризму як спеціалізованого виду туризму. Визначено основні передумови розвитку ділового туризму у Львові. Здійснено комплексну оцінку інфраструктури ділового туризму у місті. Проведено аналіз ринку ділового туризму Львова.

Ключові слова: діловий туризм, MICE-індустрія, інсентив-туризм, ділові заходи, конференц-сервіс, виставковий центр, інфраструктура, Львів.

З кожним роком діловий туризм все більше розвивається у різних регіонах світу та стає одним із найприбутковіших видів туризму. Діловий туризм має велике значення для приймаючої сторони з економічного погляду, сприяє розвитку національної економіки та інтегрує її у світовий економічний ринок. Місто Львів є однією із перспективних дестинацій розвитку ділового туризму в Україні завдяки наявній інфраструктурі для проведення ділових заходів та високому розвитку туристичної галузі в місті загалом.

Проблемами розвитку ділового туризму в Україні та світі займалися як закордонні, так і вітчизняні науковці, зокрема: А. Ю. Александрова, С. І. Нікітенко, М. П. Мальська, В. К. Федорченко, І. Г. Пандяк, О. Л. Драчева, С. П. Кузик та ін. Однак на сьогоднішній день цей вид туризму у Львові мало досліджений, що й визначає актуальність обраного напрямку дослідження.

Метою даної статті є аналіз сучасного стану та потенційних можливостей розвитку ділового туризму у Львові як одного з пріоритетних і найбільш перспективних видів туристичної діяльності.

Сьогодні у світі не існує єдиної думки з питань що таке діловий туризм та що він включає. Роб Девідсон, викладач курсу ділового туризму Лондонського Університету Грінвіча, у своїй книзі описав це поняття наступним чином: «Бізнес-туризм пов’язаний з людьми, які змушені подорожувати по роботі. Тим самим, діловий туризм являє собою одну з найдавніших форм туризму, коли з давніх часів людина здійснювала подорожі з діловими цілями» [11]. За визначенням О. О. Байдика, «діловий туризм» — це подорожі, метою яких є участь у конференціях, конгресах і, як правило, це подорожі спеціалізованих груп однорідного професійного складу (в основному за рахунок підприємства) [2].

Проаналізувавши різні підходи до визначення поняття «діловий туризм» можна сказати, що це вид туризму, який охоплює подорожі з метою проведення ділових переговорів, підписання контрактів, участі у конгресах, конференціях, семінарах, ярмарках, виставках, салонах та інших ділових заходах, а також інсентив-тури.

Діловий туризм в Україні належить до одних із пріоритетних напрямів туризму та має великий потенціал для свого розвитку. Серед перспективних дестинацій бізнес-туризму в Україні важливе місце займає Львів. Основними передумовами розвитку ділового туризму у Львові є:

- вигідне географічне розташування поблизу кордонів країн Центральної та Південно-Східної Європи на перетині транзитних міжнародних шляхів;
- наявність у місті сучасного аеропорта та повітряного сполучення з понад десятком українських та європейських міст;
- розвинута залізнична мережа, що забезпечує зв’язок із Сербією, Словаччиною, Угорщиною, Румунією, Польщею, Росією та Болгарією;

- наявність готелів середнього та високого класу, сучасних конференц-холів та обслуговуючої інфраструктури;
- високий науковий, інтелектуальний та кадровий потенціал;
- багата історико-культурна спадщина.

На сьогодні Львів займає важливе місце на туристичному ринку України, тим самим приваблюючи ділових туристів. Місто вдало поєднало розвинutий промисловий та науковий потенціал із унікальними пам'ятками культури та мистецтва. Львів став одним із центрів проведення міжнародних та національних ділових заходів.

У 2009 році Львівською міською радою був створений В-аналітичний центр, який видає ґрунтовні аналітичні звіти, статті, складає рейтинги, прогнози та проводить соціологічні дослідження. Одним із напрямків маркетингових досліджень цієї структури є туризм. Основні місця проведення туристичних опитувань — центр, головний залізничний вокзал, автовокзал, аеропорт, готелі та хостели міста.

На замовлення управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради періодично Інститутом міста проводиться аналіз ринку в'їзних туристів у м. Львів. Зокрема, у березні 2015 року в опитуванні взяли участь 600 туристів, географія яких представляє усі континенти світу, а у вересні цього ж року — 400 в'їзних туристів (65,0 % — внутрішні туристи, 35,0 % — іноземці) [6].

Цікавими з погляду розвитку ділового туризму у Львові є демографічні показники туристів. Порівнявши дані в'їзних туристів за видом діяльності у березні та вересні 2015 року (за результатами досліджень Інституту міста), можна ствердити, що частка підприємців/власників бізнесів протягом половини року збільшилася на 3 % і у вересні 2015 року становила 22 % серед усіх відвідувачів міста, що підтверджує ділову активність Львова (рис. 1.).



Рис. 1. Порівняльна характеристика в'їзних туристів за видом діяльності

Ще одним показником стану ділового туризму в місті є кількість відвідувачів з ділової та професійною метою. За результатами опитування Інституту міста на тему «Львів туристичний» бізнес-туристи становлять 12 % від загальної кількості відвідувачів Львова.

Активне ділове середовище міста формується завдяки проведенню у Львові міжнародних виставок і ярмарків. За даними Виставкової федерації України, у 2013 році у Львові було проведено 24 виставки та ярмарки найрізноманітніших напрямків [4]. Звичайно, що ці дані можуть значно відрізнятися від реальності, оскільки на сьогод-

нішній день не все виставкові центри ведуть звітну діяльність, а також організатори виставок не завжди подають інформацію про такі події.

Проаналізувавши основні показники виставкової діяльності у Львові за даними статичних бюллетенів можна константувати, що загалом виставкова діяльність має спадаючу тенденцію (табл. 1.).

Таблиця 1
Динаміка основних показників виставкової діяльності у Львові протягом 2009–2013 рр. [4]

Показники	Кількісні показники				
	2009	2010	2011	2012	2013
Кількість підприємств виставкової діяльності, у т. ч.	8	7	6	6	6
— організатори виставок;	6	5	4	4	4
— виставкові центри.	2	2	2	2	2
Кількість проведених виставкових заходів, у т. ч.:	31	31	30	26	24
— виставки;	26	27	26	22	20
— ярмарки.	5	4	4	4	4
Загальна забудована площа організаторів виставок, тис. кв. м.	34,5	34,2	28,6	26,2	26,9
Загальна виставкова площа виставкових центрів, тис. кв. м.	18,0	18,3	18,3	18,3	18,3
Кількість учасників виставкових заходів	4457	2443	2453	2029	1502
Кількість відвідувачів виставкових заходів, тис. осіб	216,5	192,5	171,7	121,5	110,7

Основними виставково-ярмарковими заходами, що проводяться у Львові є наступні: Інвестиційний ярмарок в рамках Міжнародного Економічного Форуму з питань прикордонного співробітництва, Львівський міжнародний Форум індустрії туризму та гостинності, виставка-ярмарок «Форум видавців», «Lviv Fashion Week».

Невід'ємним елементом формування активного ділового середовища у Львові є організатори виставково-ярмаркових заходів. Про свою діяльність у 2013 році перед органами державної статистики прозвітувало чотири суб'єкти виставкової діяльності міста Львова: ПРАТ «Гал-ЕКСПО», КЗК «Львівський палац мистецтв», підприємство «Форум видавців», ТЗОВ «Агентство маркетингу та розвитку» (табл. 2.) [4].

Таблиця 2
Діяльність організаторів виставок м. Львів у 2013 році

№ п/п	Назва суб'єкта виставкової діяльності	Ознака типу суб'єкта ВД	К-сть проведених заходів	К-сть учасників	Із них — іноземних	Виставкова площа, 1 кв. м
1	КЗК «Львівський палац мистецтв»	ВЦ	—	—	—	5290
2	ПРАТ «Гал-ЕКСПО»	ОВ	16	967	43	7475
3	ГО «Форум видавців»	ОВ	2	321	7	3400
4	ТЗОВ «Агентство маркетингу та розвитку»	ОВ	5	180	—	1050

Одним із провідних організаторів виставок у місті є Приватне акціонерне товариство «Гал-ЕКСПО». Під час дослідження було проаналізовано календар виставок на 2015 рік, анонсований даним товариством. Більшість виставкових заходів дане товариство провело у міжсезонний період: у березні-квітні та у жовтні. Така тенденція пов'язана із зниженням вартості проживання в готелях та закінченням року, що супроводжується підбиттям підсумків (рис. 2.) [8].

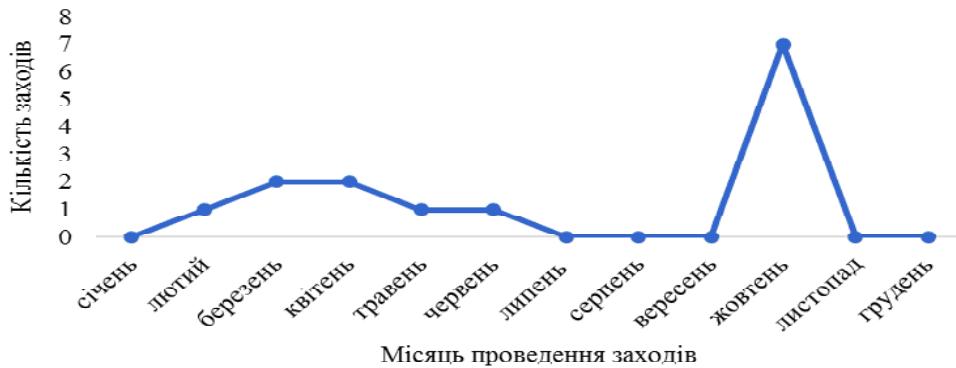


Рис. 2. Розподіл заходів «Гал-ЕКСПО» за місяцем проведення

В організації ділового туризму провідну роль відіграє інфраструктура, що включає дві основні складові — місця для проведення ділових заходів (бізнес-центри, виставкові центри, конференц-зали) та заклади розміщення, що орієнтуються на ділових туристів і пропонують відповідні додаткові послуги. Lviv Convention Bureau виділяє чотири основні елементи цієї складової у м. Львів — це готелі, конференц-центри, унікальні заклади (будівлі історичної спадщини та архітектури), навчальні заклади [9].

Важливою умовою для розвитку ділового туризму є наявність відповідної готельної бази. Загалом, у Львові функціонує близько 70 готелів, в т. ч. 38 — середнього та вищого класу. Більшість із них мають один або кілька конференц-залів і надають послуг по організації ділових заходів [9].

Станом на сьогодні в Україні і, відповідно, у Львові існує проблема з реєстром свідоцтв про встановлення категорії готелям. Відповідно до існуючого законодавства, категорії готелям встановлюються за результатами добровільної сертифікації послуг. У зв'язку з цим лише деякі із них пройшли добровільну сертифікацію та підтвердили рівень якості надання послуг. Саме тому розподіл готелів, які пропонують свої послуги для ділових туристів, був здійснений не за зірковістю, а на основі аналізу обсягу послуг для подорожуючих із діловою метою.

Складовою ринку ділового туризму у Львові є створення у 2013 році Lviv Convention Bureau — незалежної некомерційної організації, основна мета якої полягає у просуванні регіону та його можливостей на ринку ділового туризму, як усередині країни, так і за її межами. Головною метою агенції є популяризація Львова, як нового напрямку у Східній Європі для ділового туризму та співпраця з місцевим бізнесом [9].

Зокрема, командою Lviv Convention Bureau у 2014 році було видано путівник про конференц-можливості Львова — «Lviv Meeting Planners' Guide». У довіднику розміщена інформація про заклади міста, які мають свої конференц-зали та пропонують їх для проведення ділових заходів. Також у путівнику розміщується інформація про додаткові сервіси й послуги, які можуть бути корисними для організаторів подій [10].

Lviv Convention Bureau виділяє чотири класи готелів, придатних для ділових туристів: делюкс, високого класу, середнього класу та економ-класу. Багато із діючих закладів пропонують послуги для бізнес-туристів, однак багато із них не відповідають встановленим вимогам за рівнем і якістю послуг.

На основі опрацьованих літературних джерел було розроблено власну методику бальної оцінки інфраструктури для ділового туризму. Із 70-ти готелів було вибрано 10 готелів, які пропонують найбільший обсяг послуг для ділових туристів та знаходяться найближче до центру міста (табл. 3.).

Таблиця 3
Готелі Львова для ділових туристів

Назва готелю	Відстань, км		К-сть номерів	К-сть ліжко-місць	К-сть коференц-залів	Найбільший конференц-зал (місць)
	від аеропорту	від центру				
Citadel Inn	6,8	1,8	26	54	3	130
Леополіс	6,5	0,1	72	145	4	250
Нобіліс	8,4	1,2	49	100	2	60
Дністер	5,9	1,7	165	330	5	300
Панорама Львів	7	1,2	51	90	1	60
Асторія	6,8	1,2	41	82	1	60
RIUS	6,6	1,9	52	107	1	140
Жорж	8,8	1	80	172	5	170
Львів	6,6	1,2	220	300	4	250
Супутник	5,5	3,8	202	398	5	250

Для оцінки готелів визначено 12 найважливіших критерій: відстань готелю від аеропорту; відстань готелю від центру міста; кількість номерів; кількість ліжко-місць; кількість конференц-залів; місткість найбільшого конференц-зала; варіанти розсадки; наявність технічного обладнання; ціна номера; ціна послуг конференц-зала; місткість ресторану; додаткові послуги готелю.

Аналіз готелів здійснювався для оцінки їх можливостей для проведення конференції. Оцінювання проводилося за трибальною шкалою — від 1 до 3 балів відповідно за кожним показником. Результати оцінки наведені у табл. 4.

Таблиця 4
Бальна оцінка готелів для потреб ділових туристів

№ п/п	Критерій оцінки	Citadel Inn	Леополіс	Нобіліс	Дністер	Панорама Львів	Асторія	RIUS	Жорж	Львів	Супутник
1	Відстань від аеропорту	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2
2	Відстань від центру міста	2	3	3	2	3	3	2	3	3	1
3	Кількість номерів	1	2	1	3	2	1	1	2	3	3
4	Кількість ліжкомісць	1	2	2	3	1	1	2	2	3	3
5	Кількість конференц-залів	2	2	1	3	1	1	1	3	2	3
6	Найбільший конференц-зал	2	3	1	3	1	1	2	2	3	3
7	Варіанти розсадки	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
8	Наявність обладнання	1	3	3	3	1	1	2	1	1	2
9	Ціна номера	1	2	1	3	2	1	2	2	3	3
10	Ціна послуг конференц-зала (за год)	1	2	1	1	3	2	2	2	1	1
11	Місткість ресторану	2	1	1	3	1	1	2	2	3	3
12	Додаткові послуги	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2
	Всього	21	28	20	32	22	18	22	25	28	28

Проведена оцінка дозволяє умовно розділити ці готелі на 3 групи: найбільш придатні для бізнес-туристів (більше 30 балів), із середнім рівнем придатності (від 25 до 30 балів) та найменш придатні готелі для ділових туристів (до 25 балів). Найвищу оцінку, а саме 32 бали із 36 можливих, отримав готель «Дністер», який є оптимальним закладом для проведення конференцій та інших ділових заходів. Другу групу становлять такі готелі як «Леополіс», «Львів» та «Супутник», які мають вигідне розташування та пропонують різноманітні додаткові послуги, однак мають недостатню кількість номерів, місткість ресторану та ін. В останню групу увійшли переважно такі готелі як «Панорама Львів», «Асторія», «RIUS» та «Жорж», в тому числі і готелі найвищого класу такі як «CitadelInn» та «Нобіліс». Така тенденція пов'язана з недостатньою кількістю та місткістю конференц-залів. Ці заклади пропонують високий рівень сервісу, але одночасно із високими цінами на проживання в номерах та послуги конференц-сервісу. Слід відмітити, що всі готелі, які підлягали оцінці, не набрали менше 18 балів із 36 можливих, що свідчить про можливість їхнього використання для обслуговування ділових туристів.

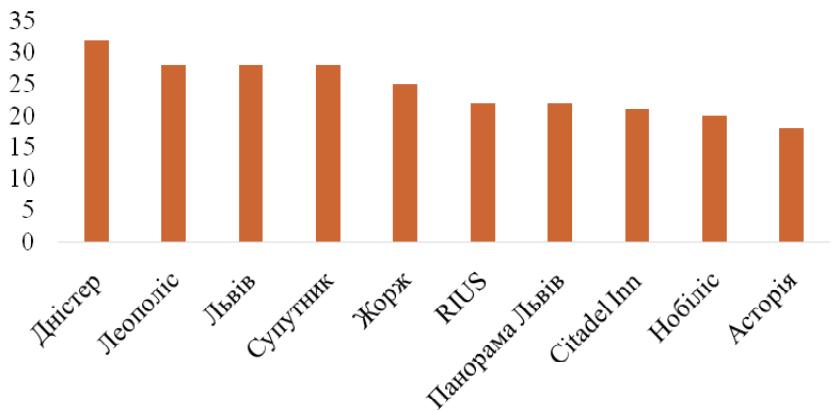


Рис. 3. Результати комплексної оцінки готелів для потреб ділових туристів

Наступним елементом інфраструктури ділового туризму у Львові є конференц-центри. За даними Lviv Convention Bureau, на сьогодні у Львові налічується близько 15 спеціалізованих закладів, що надають послуги конференц-сервісу, розташованих як в центрі міста, так і на його околиці. Найвідоміші з них наведено в табл. 5.

Таблиця 5
Найвідоміші конференц-центри Львова

Конференц-зали	Відстань, км		К-сть конференц-залів	Найбільший конференц-зал (місце)	Вірінти розсадки	Місткість ресторану
	від аеропорту,	від центру міста, км				
«Арена Львів»	9,9	9,8	8	1000	5	1000
Event Hall «КІНО»	7,9	1,6	1	700	5	80
Львівський палац мистецтв	6,1	1	1	200	3	100
«Український Капітал» бізнес-центр	11,3	3,3	1	80	5	100
Аеропорт «Львів»	—	7	3	100	5	100
Офіс-центр «Домінант плаза»	8,2	4,9	2	100	5	80
Британський клуб у Львові	6,7	1,3	2	100	3	—
Палац культури залізничників	5	2,6	5	500	4	—
Шувар-Експо	11	7,3	2	2000	3	—

Оцінка конференц-залів Львова для ділових туристів здійснювалася за таким самим принципом, як і готелів. Для оцінки цього елементу інфраструктури вибрано 8 найважливіших критеріїв: відстань готелю від аеропорту; відстань готелю від центру міста; кількість конференц-залів; місткість найбільшого конференц-зала; варіанти розсадки; наявність технічного обладнання; місткість ресторану; додаткові послуги. Результати оцінки наведені у табл. 6.

Таблиця 6

Бальна оцінка конференц-залів для потреб ділових туристів

№ п/п	Критерій оцінки	«Арена Львів»	Event Hall «КіНО»	Львівський Палац мистецтв	«Український Капітал»	Аеропорт «Львів»	«Домінант плаза»	Британський клуб	Палац культури залізничників	Шувар-Експо
1	Відстань від аеропорту	2	2	2	1	3	1	2	2	1
2	Відстань від центру міста	1	3	3	2	2	2	3	3	1
3	Кількість конференц-залів	3	1	1	1	2	1	1	3	1
4	Найбільший конференц-зал	3	3	2	1	1	1	1	3	3
5	Варіанти розсадки	3	3	2	3	3	3	2	2	2
6	Наявність обладнання	2	2	3	1	1	2	3	1	1
7	Місткість ресторану	3	1	2	2	2	1	0	0	0
8	Додаткові послуги	3	2	2	1	2	1	1	1	0
	Всього	20	17	17	12	16	12	13	15	10

Відповідно до отриманих даних, можна розділити усі конференц-центри Львова на 3 групи: найбільш придатні для бізнес-туристів (17 і більше балів), із середньою придатністю (від 13 до 17 балів) та найменш придатні конференц-зали для ділових туристів (від 0 до 13 балів). До першої групи увійшов конференц-центр «Арена Львів», який набрав 20 балів із 24 можливих. До другої групи відносяться такі конференц-центри як Палац культури залізничників, аеропорт «Львів», Львівський Палац мистецтв та Event Hall «Кіно», які мають зручне розташування, усе необхідне технічне обладнання, однак відстають від конференц-залів першої групи за кількістю та місткістю конференц-залів. До третьої групи увійшли такі конференц-центри як «Шувар-Експо», «Домінант-плаза», Британський клуб та бізнес-центр «Український Капітал» через незначну кількість та малу місткість конференц-залів, а також через обмежений перелік додаткових послуг.

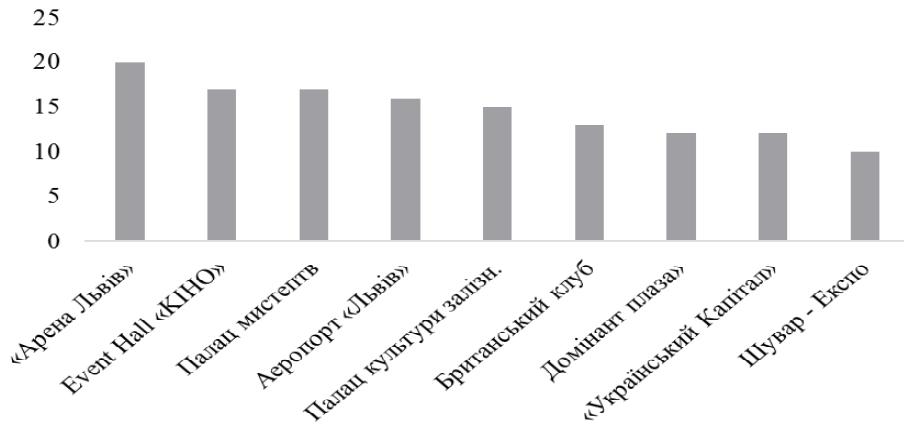


Рис. 4. Результати комплексної оцінки конференц-центрів для потреб ділових туристів

Для проведення конгрес-заходів часто використовуються приміщення львівських ЗВО. Завдяки 35-ти закладам вищої освіти Львів є молодим і освіченим містом. Університети міста можуть запропонувати для ділових туристів не тільки свої конференц-зали, але й свій науковий потенціал [9]. У табл. 7. представлена ті заклади вищої освіти, які мають всі можливості для проведення ділових заходів.

Таблиця 7
Навчальні заклади для ділових туристів

Назва ВНЗ	Відстань, км		К-сть к/з	Найбільший к/з (місць)	Варіанти розсадки
	від аеропорту	від центру			
ЛНУ ім. Ів. Франка	6,8	1,5	4	600	3
НУ «Львівська Політехніка»	5,6	1,9	3	600	5
ЛН медичний Університет	10,7	2,8	21	500	3
ЛНУ ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького	11	3,1	2	400	2
ЛДУ безпеки життєдіяльності	8	2,5	5	138	5
Український католицький університет	6,3	1,2	9	300	5
Національний лісотехнічний університет України	5,6	3,4	1	400	1
Львівський інститут економіки і туризму	6,9	1,5	6	120	2
Львівський інститут менеджменту	4,5	3,9	2	80	5

За даними табл. 7. можна виділити лідерів серед навчальних закладів, які розташовані недалеко від аеропорту та центру міста, а також пропонують декілька конференц-залів із великою місткістю. До таких закладів ми можемо віднести ЛНУ ім. Івана Франка, НУ «Львівська Політехніка» та Український католицький університет.

Четвертим елементом інфраструктури для проведення ділових зустрічей, гала-вечорів, балів та інших подій у Львові є унікальні заклади. У табл. 8. наведені усі будівлі історичної спадщини та унікальної архітектури, які містять конференц-зали та пропонують свої послуги бізнес-туристам.

Таблиця 8
Унікальні заклади для ділових туристів

Назва закладу	Відстань, км		К-сть к/з	Найбільший к/з (місць)	Варіанти розсадки
	від аеропорту	від центру			
Будинок вчених	7,1	1,3	6	240	4
Державний природознавчий музей	6,6	0,1	1	90	1
Львівська обласна філармонія	7,1	1,3	3	100	5
Львівська опера	1	2	2	1002	3
Львівський історичний музей	7,5	0,1	3	80	4
Львівський музей історії релігії	7	0,1	1	120	1
Музей визвольної боротьби України	8	4	1	120	1
Музей стнографії та художнього промислу	7	0,9	1	100	1
Палац Потоцьких	6,9	0,9	3	80	2

Можна побачити, що найкращі характеристики, а саме зручне розташування, декілька конференц-залів, велика місткість залів та варіантів розсадки, мають такі установи як Львівська опера, Будинок вчених та Львівська обласна філармонія.

Сьогодні ринок ділового туризму у Львові знаходиться на етапі становлення і розвивається стихійно. Моніторинг інтернет-сторінок туристичних фірм таких ділових центрів України як Київ, Дніпропетровськ, Одеса, Харків та Львів, що пропонують тури та послуги для ділових туристів дає можливість ствердити, що із 45-ти таких підприємств найбільша їх кількість зосереджена у Львові — 16 (рис. 5).

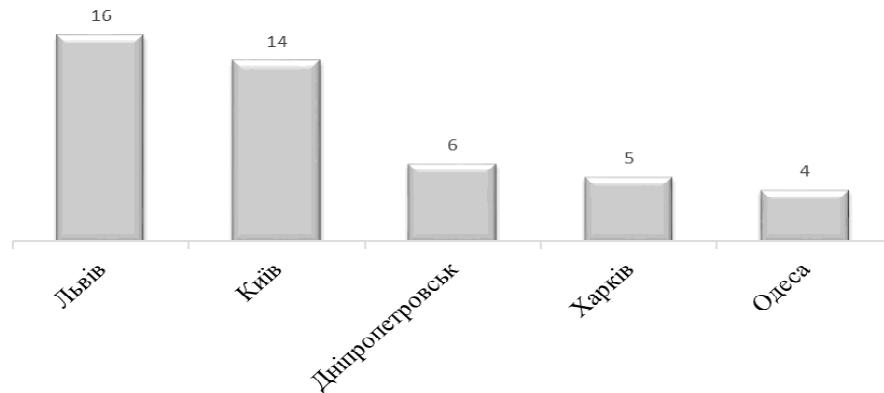


Рис. 5. Кількість суб'єктів, які пропонують ділові тури

Туристичні фірми, які пропонують послуги для бізнес-туристів, переважно займаються організацією корпоративних заходів та вечірок, конференцій, семінарів та нарад. Багато із них пропонують інсентив-тури (захочувальні поїздки для співробітників) та тімбліндінг (спеціально розроблені заходи, спрямовані на згуртування колективу). Okрім того, туристам пропонують послуги із прийому в Україні ділових партнерів, організацію поїздок на виставки закордон, оформлення в'їзних віз для іноземних партнерів тощо. До провідних фірм Львова, які пропонують послуги для бізнес туристів є такі як Міст-тур, L-Travel, Всесвіт, Ukraine Travel Lab, BeeTravel, Глобус, Піраміда-тур, Міра-тур та КийАвіа.

Слід відмітити, що туристичні фірми, які пропонують послуги для бізнес-туристів — це лише невелика частина наявних на території міста підприємств туристичної індустрії. На сьогоднішній день у Львові фактично відсутні фірми, які б спеціалізувалися на обслуговуванні ділових туристів. Трендом останніх років у сфері надання послуг стали так звані «event-агенції», котрі допомагають своїм замовникам організувати подію (конференція, презентація, корпоратив), враховуючи усі побажання клієнта. На ринку Львова свої послуги для ділових туристів пропонують шість великих event-агенцій: Галіція MICE-event, Events-L, Dikart, Just Lviv It, Ovatio, Брошка. Вони займаються організацією ділових подій та зустрічей, розробляють інсентив-тури та мотиваційні програми для персоналу, здійснюють технічне та рекламне забезпечення ділових подій, пропонують послуги із друку поліграфічної продукції для ділових заходів.

Діловий туризм у Львові лише починає розвиватися та має всі шанси стати одним з провідних напрямків туризму. Місто Львів виступає на туристичному ринку України як діловий, адміністративний та науковий центр. Більшість туристів, які поселяються у готелях Львова, приїжджають у місто із діловою метою.

Перспектива розвитку ділового туризму у Львові є очевидною, однак на сьогоднішній день існують проблеми, які призупиняють його розвиток у місті. Перелік основних проблем розвитку ділового туризму у Львові наведений у табл. 9.

Таблиця 9

Основні проблеми розвитку ділового туризму у Львові та шляхи їх вирішення

Проблеми	Шляхи вирішення
Державне та нормативне регулювання	
<ul style="list-style-type: none"> — відсутність визначення поняття «діловий туризм» у Законі України «Про туризм»; — відсутня необхідна статистична інформація про розвиток ділового туризму; — державна політика щодо розвитку ділового туризму є непослідовною та недосконалою; — недостатня кількість маркетингових заходів, які б сприяли просуванню бізнес-туризму за кордоном. 	<ul style="list-style-type: none"> — внесення відповідних змін до Закону України «Про туризм»; — створення єдиної системи збору статистичної інформації у сфері ділового туризму.
Інфраструктура ділового туризму	
<ul style="list-style-type: none"> — готельна інфраструктура Львова є недостатньо розвиненою; — велика кількість готелів міста є старими та підлягають реставрації; — більшість із готелів не відповідають міжнародним стандартам; — співвідношення ціна-якість є незбалансованими; — у місті відсутні спеціалізовані місця для проведення ділових заходів; — сучасне обладнання, необхідне для проведення ділових подій, відсутнє у більшості готелів та бізнес-центрів міста. 	<ul style="list-style-type: none"> — реставрація та модернізація засобів розміщення; — створення у місті національних та міжнародних готельних мереж; — приближення закладів розміщення до європейських стандартів; — будівництво нових конференц-центрів, які могли би вмістити велику кількість відвідувачів і тим самим відкрити Львову можливості для проведення міжнародних конференцій; підвищення рівня технічного забезпечення бізнес-центрів та готелів міста, пошук інвесторів.
Туристичні фірми	
<ul style="list-style-type: none"> — відсутність спеціалізованих туристичних підприємств на ринку ділового туризму; — низький рівень кваліфікації персоналу; — недостатня кількість туристичного продукту для ділових туристів; — більшість персоналу туристичних фірм не володіє навичками організації та проведення ділових подій. 	<ul style="list-style-type: none"> — переорієнтація існуючих туристичних підприємств на діловий туризм; — створення спеціалізованих компаній, які б орієнтувалися виключно на ділового туриста; — проведення курсів, навчальних семінарів та тренінгів для персоналу туристичних фірм щодо термінології та особливостей організації ділового туризму.
Транспортна інфраструктура	
<ul style="list-style-type: none"> — невідповідність транспортної інфраструктури Львова світовим стандартам з ефективності, комфорtnості, безпеки; — відсутність чіткого графіку руху громадського транспорту. 	<ul style="list-style-type: none"> — удосконалення транспортної системи Львова та встановлення руху громадського транспорту на зупинках та в Інтернет-мережі; — приближення транспортної інфраструктури до європейських стандартів, на законодавчому рівні вирішення питань комфорtnості та безпеки транспортних засобів; — розвиток мережі оренди автомобілів.

Першочерговою потребою міста для розвитку MICE-індустрії є модернізація засобів розміщення для ділових відвідувачів Львова. Велика кількість львівських готелів є старими та потребують реставрації. Окрім того, готелі міста не відповідають міжнародним стандартам, що зменшує їхню привабливість. Проблеми, пов’язані із прийомом

бізнес-туристів у готелях Львова, можуть бути вирішенні шляхом створення національних та міжнародних готельних ланцюгів.

Великою проблемою у сфері ділового туризму Львова є відсутність статистичної інформації. На сьогоднішній день неможливо порахувати кількість в'їзних та виїзних туристів із діловою метою. Відповідно до міжнародних угод та рішень Президента України громадяни 61 країни світу перетинають державний кордон України без віз. Переважна більшість іноземців звільнена від заповнення іміграційних карток, де зазначається мета прибууття в Україну. Також у місті Львові відсутня інформація щодо кількості проведених ділових заходів, їхній поділ за метою конференції, складом учасників.

Одним із стримуючих факторів розвитку ділового туризму у Львові є відсутність відповідних кадрів у цій сфері. Місто потребує вирішення питання щодо підготовки фахівців, які могли би на високому рівні організовувати та проводити ділові та корпоративні заходи, в тому числі культурного, розважального напрямку (вечірки, свята). Okрім того, керівництво готелів Львова повинне враховувати потреби саме ділових туристів, їхні фінансові можливості та особливі побажання.

В 2014 році у Львові було створено та затверджено Програму розвитку індустрії ділової гостинності м. Львова на 2015–2017 роки. На основі цієї програми та попередньо аналізованих проблем розвитку ділового туризму у місті, визначено необхідні кроки для подальшого розвитку індустрії ділової гостинності у Львові:

- вирішити питання із туристичним, науковим та культурним середовищами щодо приведення у відповідність до міжнародних стандартів їхніх конференц-залів, супровідної інфраструктури та рівня послуг;
- збільшити кількість регулярних міжнародних сполучень з містом шляхом співпраці з перевізниками;
- створювати організації професійних організаторів ділових заходів;
- запровадити на ринку Львова електронної системи зі збору та аналізу статистичної інформації, куди б організатори ділових заходів вносили наступні дані: назва заходу; тип заходу; сфера діяльності; дата проведення заходу; кількість учасників; статус ділового заходу;
- створити актуальний календар ділових заходів Львова та інформувати населення та гостей міста про найближчі події;
- розробити національну та міжнародну промоційну кампанії позиціонування міста на ринку ділової гостинності;
- співпрацювати із міжнародними фондами, програмами щодо залучення додаткових коштів для розвитку сфери ділової гостинності;
- вступити у професійні міжнародні організації та співпрацювати із ними.

Вибір стратегії розвитку ділового туризму Львова ґрунтуються на проведенні аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища, оцінці його загального соціально-економічного стану та наявного потенціалу. Дієва стратегія здатна примножити внутрішній потенціал розвитку даного туризму у місті і за рахунок використання зовнішніх можливостей зміцнити положення міста на міжрегіональному туристичному ринку.

З вище наведеного можна зробити висновки, що діловий туризм є високоприбутковою галуззю, яка протягом останніх років розвивається швидкими темпами як у світі, так і в Україні.

Проаналізувавши потенційні можливості та сучасний стан розвитку ділового туризму у Львові, можна підсумувати, що місто має усі шанси стати центром розвитку ділового туризму не тільки в Україні, але й у Європі. Місто має зручне та близьке авіаційне сполучення з діловими центрами світу, велику кількість закладів вищої освіти, створене та активно функціонуюче Lviv Convention Bureau.

Однак у Львові на сьогодні є недостатня кількість конференц-залів, особливо великого розміру, а також мала кількість сертифікованих готелів. Окрім цього, для подальшого розвитку індустрії ділового гостинності у Львові потрібно створити єдину систему збору статистичної інформації у сфері ділового туризму, наблизити заклади розміщення до європейських стандартів, побудувати нові конференц-центрі, які могли би вмістити велику кількість відвідувачів, створити спеціалізовані компанії, які б орієнтувалися виключно на ділового туриста, розвивати мережу оренди автомобілів.

Література

1. Закон України «Про туризм» / Про внесення змін до Закону України «Про туризм» / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>.
2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії [Текст] / О. О. Бейдик. — К. : Палітра, 1997. — 130 с.
3. Бордун О. Ю. Розвиток індустрії зустрічей міста Львова [Текст] / О. Ю. Бордун // Вісник львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2014. — С. 21–32.
4. Виставкова діяльність в Україні: статистичний бюллетень; за ред. І. В. Калачової [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.expo.org.ua/ua/statistics.php>.
5. Інвестиційний портал Львова [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://investinlviv.com>.
6. Інститут міста [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.city-institute.org/>.
7. Нікітенко С. І. Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Текст] / С. І. Нікітенко // Наукові праці. Том 52. Випуск 39, 2006. — С.139–143.
8. Приватне Акціонерне Товариство «Гал-ЕКСПО» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.galexo.com.ua>.
9. Lviv Convention Bureau [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.lvivconvention.com.ua.
10. Lviv Meeting Planners Guide [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://lviv.travel/php_uploads/data/contentfilefiles/ContentFileDatas_497_cat_pdf.
11. Swarbrooke J., Horner S. Business Travel and Tourism / J. Swarbrooke, S. Horner. — Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001. — 352 c.

Дембицкая С. Н.

ЛЬВОВ КАК ОДИН ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ЦЕНТРОВ РАЗВИТИЯ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Рассмотрены теоретические основы делового туризма как специализированного вида туризма. Определены основные предпосылки развития делового туризма во Львове. Осуществлена комплексная оценка инфраструктуры делового туризма в городе. Проведен анализ рынка делового туризма Львова.

Ключевые слова: деловой туризм, MICE-индустрия, инсентив-туризм, деловые мероприятия, конференц-сервис, выставочный центр, инфраструктура, Львов.

Dembitska S. M.

LVIV AS ONE OF THE PROMISING CENTERS OF DEVELOPMENT OF BUSINESS TOURISM IN UKRAINE

The article deals with the theoretical foundations of business tourism as a specialized type of tourism. The basic preconditions for the development of business tourism in Lviv are detected. The complex evaluation of business tourism infrastructure in the city are done. The analysis of the business travel market of the city is conducted.

Keywords: business tourism, MICE-industry, incentive-tourism, business events, conference-service, exhibition center, facilities.

УДК 930.2«477.83/86»

*Козак Галина Юрівна, ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму*

КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНА СПАДЩИНА СЕЛА ТАТАРИНІВ

Розкрито культурно-історичні пам'ятки села Татаринів Городоцького району Львівської області і можливості їх використання в туризмі. Особливу увагу акцентовано на ролі церкви як осередку духовності і культури села.

Ключові слова: туризм, церква, каплиця, дзвіниця, Галичина.

Культурно-історичні пам'ятки минулих епох становлять важому частину багатої культурної спадщини України. Вони відіграють важливу роль у пізнанні історії, вихованні у молоді почуття патріотизму та віданості своєї землі. З урахуванням региональних особливостей, стилювих характеристик та інших факторів такі пам'ятки необхідно заливати у сферу туризму. В Західній Україні є багато сіл, які мають цікаву історію, однак в силу різних обставин понині залишаються не включеними в туристичні маршрути та путівники.

Серед них село Татаринів Городоцького району Львівської області. Серед мешканців села побутує думка, що поселення отримало назву від татарського війська, яке осіло тут ще в 1660-х роках. Цієї думки дотримується ряд дослідників [9, с. 134]. На наш погляд, більш вірогідною є версія, що назва постала в часи, коли ці землі були в складі Київської Русі. Щоб швидше опанувати землі білих хорватів, київські князі населяли сюди різних мешканців. Степовиків у нашому краї прозвивали татарами. Отже, якийсь степовик міг отримати землі на місці теперішнього Татаринова. Від його поселення (Татаринів двір) і пішла назва села [5, с. 13].

Археологи вважають, що в цих краях люди селилися ще за кілька тисяч років до нашої ери. В урочищі Загуменки, що на південнь від села, знайдено сліди людської стоянки доби мезоліту та поселення часів енеоліту. На жаль культурний шар цих поселень зруйнований подальшою людською діяльністю [6, с. 6]. На південнь від сусіднього села Коропуж є курган, який ще в 1935 р. досліджував історик Т. Сулемірський. Він виявив поховання культури шнурової кераміки, а також уламки посуду з «культури лійчастого посуду» [6, с. 6]. Село Татаринів знаходиться на горбистому пасмі, яке підноситься над заболоченою долиною Дністра, тому немає сумнівів, що люди мешкали тут давно.

Перша письмова згадка про існування Татаринова відноситься до 1440 р. У львівських судових актах за цей рік згадувався якийсь Станіслав Сярка з Татаринова, який мав судові справи з сусідами. Львівські пани Малехівський, Дерслав з Березця та Микола Давидівський на початку 1441 р. наклали на нього штраф 300 гривен, щоб сидівти тихо і нікого не тривожив [1, т. 14, с. 21]. Але вже в 1443 р. він позивав до суду якогось Петра з Грімна [1, т. 14, с. 100]. У 1446 р. Станіслав Сярка знову тягався в суді з власником Грімна за землі [1, т. 14, с. 222]. Нарешті львівський воєвода Андрій Пац в березні 1455 року наклав грошову заставу в сумі 1000 гривень на суперечку між Станіславом та Петром. Той, що перший порушить спокій сусіда, мав заплатити в суді цю суму [1, т. 14, с. 438]. Це не допомогло і в червні суд знову займався татаринівсько-грімненськими проблемами [1, т. 14, с. 447].

Нарешті король 12 листопада 1456 р. наказав, щоб Станіслав Сярка в суді показав свої права на Татаринів. На село претендував ще польський шляхтич та урядник Андрій Одровонж зі Справи. В Татаринові тоді вже було війтівство, тобто частина села мала окремого адміністратора, який призначався королем (війта) [1, т. 14, с. 496–497]. Однак невідомо, як завершилася суперечка між двома панами.

3 серпня 1472 року в Krakові король Казимир виділив руському воєводі Станіславу з Ходча 100 земельних наділів в селі Татаринові. На Петриківському сеймі 6 лютого 1533 року, король Зигмунт Перший дав село Татаринів у володіння воєводі Сандомирському (водночас і львівському старості) Оттонові з Ходча [1, т. 10, док. 507].

Ще перед українсько-польською війною 1648–1654-х рр. могло виникнути невелике поселення Паленики біля Татаринова, яке згодом стало частиною татаринівської громади. У документах збереглася копія привілею, виданого в Дроговижі 6 листопада 1658 р. графом Андрієм Остророгом. У привілеї зазначено, що А. Остророг згідно з волею свого батька надає Іванові Паленікові поле на Мархвині та луки, які той отримав від батька А. Остророга. А за те, що той поселив тут добрих двох кметів, Остророг звільнив його від всякої данини, окрім як давати до двору десятину з пасік та від свиней [5, с. 17].

1690 р. село Татаринів переходить до рук Яна Кароля Дольського, а 1721 р. — до Богуслава Бельського, чесника Хелмського [5, с. 17].

Відомо, що у 1763 р. в селі мешкало 556 греко-католиків та 9 римо-католиків. У 1765 р. парох мав у селі 430 вірних, здатних до сповіді, та 130 нездатних [10, с. 35].

Згідно податкових документів 1783 р., татаринівські селяни, які мали тяглову силу та чверть лану землі, були зобов'язані в літню пору відробляти по 3 дні тижневої панщини, в зимову — по 2 дні. Літня пора вважалася від св. Яна (відповідає теперішньому святу св. Юрія) до св. Мартина (11 листопада). Також повинні були здати до фільварку по 5 корців вівса, пів гуски (тобто одну гуску раз в два роки), 2 каплунів, 10 курей, 6 яєць, 4 фунти нечесаного прядива, 12 ліктів пряжі та заплатити 7,5 кр. грошового податку (чиншу). Ті, що мали менше землі, виконували менші норми панщини. Хто не мав потрібної кількості птиці чи збіжжя, міг заплатити грошима. Ті, що мали пасіки, давали восени кожен десятий вулик, наповнений медовими сотами [5, с. 19].

У 1787 р. австрійська влада проводила в Галичині загальний перепис нерухомого майна. Метрика села Татаринів показує, що тут було 92 господарства. Разом сільські землі займали 3288 моргів (904 рілля, 287,5 городи, луки та пасовиська, 2091 ліси). Двірські, володіння становили 143 морги ріллі, 113 лук, 2091 лісу, селянські — 718, ріллі, городів 39, лук 111,5 морга, церковні 22,5 морга поля, 1 городу, 19 лук. Ще були пустки: 21 морг поля, 1,5 лук, 1,5 городу [4, с. 20].

У 1798 р. пан Лянцкоронський на пасовиську Кошарки збудував фільварок. Він вважався дочірнім господарством до фільварку в Грімні [3, с. 21]. Недалеко від фільварку з південно-східної сторони простягався великий ліс Ліповський аж до границі з Колодрубами. На північ від фільварку були селянські землі Груд, а на південь — панське поле Копань. З західної сторони розташувалося двірське поле під Грабовнем [8, т. 12, с. 221].

У вересні 1855 року в селі почалася епідемія холери. За неповний місяць померло 7 осіб [5, с. 29]. Холерний цвинтар був влаштований під лісом Березник.

У 1880 р. двір графа Карла Лянцкоронського мав у селі 367 моргів ріллі, 164 морги лук і городів, 94 морги пасовиськ, 1186 моргів лісу. Селянам належали відповідно 889, 515 та 45 моргів лісу не мали зовсім. У 1880 р. в громаді було 168 хат, 1240 мешканців, в дворі — 4 хати, 25 мешканців. Двір знаходився окремо від села в східній частині сільських земель. Поруч з ним була лісничівка Кошарки [8, т. 12, с. 227].

Наприкінці XIX ст. громада вже користувалася новою громадською печаткою, на якій красувався внизу напис «Громада Татариновъ». У 1899 р. в громаді проживало 1514 українців.

Влітку 1906 р. у селі відбувся невеликий селянський страйк. Тоді проходила хвиля протестів у краю. Деякі мешканці Татаринова за московофільські погляди на початку I світової війни були арештовані австрійською поліцією і ув'язнені в концтаборі Талергоф.

Зокрема, в метричній книзі є запис, що в Талергофі 18 лютого 1915 р. помер 52-річний Степан Росяк [5, с. 37].

У вересні 1914 р. на теренах краю розгорілися великі бої між австрійською та російською арміями. Багато татаринівських чоловіків були мобілізовані до австрійського війська. Із записів у метричній книзі видно, що на італійському фронті загинули Іван Росяк, Митрофан Шмотолоха, Петро Росяк, Григорій Шпит, Михайло Патер, Григорій Карабин [5, с. 38]. У метричній книзі є запис, що 20 січня 1919 р. в бою у Ставчанах осколком польської гранати був вбитий 24-річний Яким Мозолик. Це сталося на очах його товариша та односельця Олекси Бегена. Михайло Заяць, 1889 р.н., неодруженій, вояк 2 піхотного полку УГА, був поранений в бою під Городком і помер 9 березня 1919 р. в польському полоні.

У звіті читальні за 1926 рік записано, що в селі проживало 1500 мешканців і всі вони були українцями. Також в селі працювала кооперативна крамниця «Сила» [11]. Однак вже в другій половині 1920-х років в селі появляються симпатики московофільської партії «Сельроб-Єдність». У вересні 1932 р. староство закрило цю організацію, а разом з нею і сільську читальню «Просвіти» [11].

В селі Татаринів понині збереглася дерев'яна церква Покрови Пр. Богородиці 1714 року (рис. 1), яка є не тільки окрасою села, а й цікавою історико-культурною пам'яткою. Над південними дверима храму зберігся напис: «Сій дом Божійоздася року Божого 1714 м-ця апріля дня 6 за ієрея священного Якова Козловського, зятя Тучна... (?)» [7, с. 245]. Знаходиться свята посеред села, недалеко школи, на пологому схилі. До квадратової в плані нави зі сходу прилягає вужчий вівтар з симетрично прибудованими ризницями, а за заходу — також вужчий бабинець. Стіни церкви шальовані вертикально дошками і лиштвами. Бічний вхід до церкви є в південній стіні нави. Її завершує четверик з одним заломом, вкритий піраміdalним верхом, увінчаним маківкою [3].

Документальні дані про церкву в Татаринові походять ще з 1515 року. Першим священиком, про якого відомо з письмових джерел, був о. Іван Загайкевич. Відомо, що у 1784 році він мав з Татаринова 710 зр. 22 кр. річного доходу. У податковому документі 1783 р. записано, що місцеві господарі мали платити парохові по 1,5 кр., а за його відвідини хат з свяченого водою — по 6 кр., дякові — по 3 кр. за службу [5, с. 45].

12 вересня 1798 р. в Татаринові у присутності представників громади було докладено описані церковні землі та права місцевих парохів. У цьому документі, складеному юристом Михайлом Кринським, записано таке: «Домінія Комарно, задовольняє вимогу найвищої Східно-Галицької губернії з 20.4.1798 ч. 10777, передану через окружний самбірський уряд 20.7.1798 ч. 3921, в справі списання всього майна парафії Татаринів» [5, с. 46].

Впродовж XIXст. церквою опікувалися о.о. Андрій Дащкевич, Олександр Грушкевич, Семен Юзичинський, о. Теодор Дрималик, Дмитро Струсевич, Карл Мудрак, Олексій Маляркевич, Корнило Грушкевич та Олександр Струсевич.

В час Першої світової війни в Татаринові служив о. Йосиф Гумецький, який мав московофільські симпатії, тому 12 липня 1915 р. австрійська поліція заарештувала його. «Сего дня, с. є. 12.7.15 года в день св. Петра и Павла по вечерни жандарми арестовали мене и мою жену, отвели на постерунок в Горожану. Слідуючого дня 13/7 рано осадили в темницу, а жену отвезли до староства, а потом до Горожан и інтернували ю разом з о. Матковским в помешканню пароха, а после вивезли ю в Талергоф, где била 2,5 года. Мене з 14.7.15 отвезли в Львов до гарнізону, где м сидел 3 месяцы и уже мя не переслухано, а потом вивезено в Талергоф, гдесьмо били 2,5 года» — згадував священик [11].

У 1923 р. біля церкви була збудована дзвіниця (рис. 2). Всередині на стовпах донині зберігся напис «Дзвониця сія роздана Р.Б. АЦКГ. Тоту дзвоницу рос Стефан



Рис. 1. Церква Покрови Пр. Богородиці, с. Татаринів



Рис. 2. Дзвіниця с. Татаринів

Кагуй» [7, с. 246]. Незрозумілим є слово «рос». Можливо, що це погано прочитане скорочене слово «создал», тобто «збудував».

У 1936 р. за добровільні жертви парафіян та кооперативної крамниці «Сила» церковна громада придбала їй дзвін «Іван», який був відлитий у відомій ливарні Фельчинських у Перемишлі. Дзвін має добре акустичні параметри і довго тримає звук.

Вхід на прицерковну територію проходить через ворота, накриті чотирисхилим дашком. Праворуч доріжки до церкви збереглися старі надгробні пам'ятники (рис. 3).

На території біля церкви Покрови Пресв. Богородиці є пам'ятний знак на могилі колишнього пароха храму о. Юрія Кміта (1872–1943 рр.) (рис. 4). Він був письменником Франкової школи, громадським діячем, духівником, військовим священиком УГА, шкільним інспектором повітового комісаріату ЗУНР, перекладачем, науковцем, етнографом, який вивчав і поширював культуру Бойківського краю. На пам'ятнику відтворено образ о. Юрія і вміщено його актуальний заклик: «Не дамо спати очам нашим, ні дрімати повікам нашим, ні не препочинемо біля жадної слави, поки не визволимо своєї держави» [2].



Рис. 3. Надгробні пам'ятники біля церкви в с. Татаринів



Рис. 4. Пам'ятник о. Ю. Кмітю в с. Татаринів

У селі зберігся Хрест Свободи, поставлений громадою 1 серпня 1854 року в честь скасування кріосного права. Пам'ятник був зруйнований у 1966 р., а відновлений — 1990 р.

В центрі Татаринова є пам'ятник жертвам більшовицького терору, споруджений ще 1946 р. На пам'ятнику викарбовано такі слова: «Ніщо у Бога не просимо, лише Україні долю». В радянські часи пам'ятник було зруйновано, а у 1991 р. мешканці села його відновили. Розмалював його сільський художник Михайло Купчак. З одного боку бачимо сюжет, як селянина ведуть на розстріл, а з іншого — зображене солдата з рушницею. Біля пам'ятника викарбовано прізвища жителів села, які боролися за волю України. Серед них: Беген Олекса, Ганич Степан, Карабин Іван, Карабин Петро, Кишко Андруш, Кишко Іван, Козлівський Іван, Маруняк Василь, Маруняк Юрко, Мозолик Яким, Сенега Данило, Сташків Іван, Стріжак Петро та ін. Біля пам'ятника високо піднятий український прапор. Цей пам'ятник — гордість села. Всі визначні події та свята в селі проходять біля нього.

В селі також збудовано Капличку Матері Божої і встановлено Хрест до 2000-ліття Різдва Христового.

Як бачимо, історія маловідомого села Татаринова Городоцького району Львівської області є цікавою, її потрібно відкривати з різних ракурсів. Можливо в рамках проекту «Невідома Львівщина» варто створити туристичний маршрут, адже туристам все більше хочеться виїхати з міста та подивитися щось цікаве за околицями Львова. Дорога в Татаринів погана, але цей маршрут можна зробити пішим чи велосипедним.

Література

1. Akta grodskie i ziemskie z czasow Rzeczypospolitej polskiej z archiwum tak zwanego bernardynskiego we Lwowe. — T. X. Spis oblat zawartych w aktach grodu i ziemstwa lwowskiego / Wyd. O.Pietruski, X. Liske. Lwow, 1884.
2. Верещиця М. Татаринів вклонився отцю Юрію Кміту [Текст] : про освячення пам'ятного знаку на могилі колишнього пароха села // Мирон Верещиця // Народна думка. — 2011. — 26 серпня.
3. Громик В. Дерев'яні церкви Львівщини [Електронний ресурс]. — 2007р. — Режим доступу:<http://decerkva.org.ua/>
4. Йосифінська і Францисканська метрики. Перші поземельні кадастри Галичини. Покажчик населених пунктів. Укл. Пироженко П., Сіверська В. — Київ, 1965. — 356 с.
5. Лаба В. Історія села Татаринів [Текст] / В. Лаба. — Львів, 2008. — 100 с.
6. Лаба В. Кліцько і Якимчиці у світлі історичних документів від давніх часів до 1939 року [Текст] / В. Лаба. — Львів, 2003. — 79 с.
6. Слободян В. Церкви України. Перемиська єпархія [Текст] / В. Слободян. — Львів, 1998. — 863 с.
7. Słownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich. / Za redakcją Сулемірського. — Т. 12. Варшава, 1884.
8. Худаш М. Українські карпатські і прикарпатські назви населених пунктів (відапелятивні утворення) [Текст] / М. Худаш. — Львів : Інститут народознавства НАН України, 2006. — 452 с.
9. Шематизм греко-католицького духовенства злучених єпархій Перемиської, Самбірської і Сяніцької на р.Б. 1936. — Перемишль, 1936.
10. ЦДІАУ, м. Львів, Ф. 348, оп.1, Справа 5447. Протоколи, звіти, листування чигальні в с. Татаринові.

Козак Г. Ю.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ СЕЛА ТАТАРЫНИВ

В статье раскрыто культурно-исторические достопримечательности села Татарынив Городокского района Львовской области и возможности их использования в туризме. Особое внимание акцентировано на роли церкви как организации духовности и культуры.

Ключевые слова : туризм, церковь, часовня, колокольня, Галичина.

Kozak G. Yu.

**CULTURAL AND HISTORICAL HERITAGE OF THE VILLAGE
OF TATARYNIV**

This article presents the cultural and historical monuments of the village of Tataryniv, which is situated in Horodok district, Lviv region, and explains the possibilities of their use in tourism. Particular attention is paid to the role of Church as a center of spirituality and culture.

Keywords: tourism, church, chapel, bell tower, Galicia.

УДК 94.37.091(477.83/.86)

Бегеї Оксана Ігорівна, к. і. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТИЦЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ В М. ГОРОДОК У ДРУГІЙ ПОЛ. XIX — ПЕРШІЙ ПОЛ. ХХ СТ.

Висвітлюється історія культурно-просвітицьких, релігійних, економічних організацій та товариств, що діяли в м. Городок Львівської області в другій пол. XIX — першій пол. ХХ ст. Досліджується діяльність організацій «Просвіта», «Сокіл», «Рідна Школа».

Ключові слова: Городок, історія, національне життя, культурно-просвітицькі організації.

Історія невеликого міста Городка відображає найважливіші події, процеси національного, соціального, економічного життя, що відбувалися в Галичині упродовж тисячоліть. Тому її вивчення має на меті поглибити знання історичного минулого міста та краю, а також надати інформаційну базу для розвитку туризму. Варто наголосити, що Городок має чудові можливості для розвитку туризму: різноманітні історико-культурні пам'ятки, рекреаційні ресурси, завдяки яким у другій половині XIX — до кінця 30-х рр. ХХ ст. місто відвідувало багато відпочиваючих, яких приваблювали природні ресурси (городоцький став, де відпочивали, організовували змагання з каякового виду спорту) та історико-культурні пам'ятки. Популярність міста полягала і у тому, що воно знаходилося неподалік Львова і сюди легко можна було дістатися поїздом чи підводою.

Сьогодні значення Городка як туристичного осередку відновлюється, привабливими для туристів є відреставровані історико-культурні пам'ятки — давні церкви, зокрема, Благовіщення та Івана Хрестителя, польських туристів насамперед цікавить костел Воздвиження Чесного Хреста, історія якого сягає другої пол. XIV ст., колишній Францисканський монастир та костел, в стінах якого, як свідчить історична легенда, знаходиться серце польського короля Владислава Ягайла. Створений туристичний маршрут «Серце Ягайла», що включає відвідування крім Городка низки населених пунктів району.

Водночас, популяризувати місто лише через його історико-культурні пам'ятки недостатньо. Необхідно грунтовно досліджувати різноманітні аспекти історичного минулого Городка — його національного, соціально-економічного, духовного життя.

Метою статті є на основі архівних джерел, наукової літератури висвітлити діяльність культурно-освітніх організацій та товариств, що діяли в Городку.

У статті використані архівні матеріали, які висвітлюють історію соціально-економічного, культурно-освітнього життя міста, діяльність національних, культурно-просвітицьких товариств. З-поміж наукової літератури, насамперед, варто назвати книгу Р. Горака [1] та рукописні праці Л. Світенка [3; 4; 5; 6], у яких міститься багато цінних відомостей про історичні події в м. Городку першої пол. ХХ ст. В наукових розвідках польських дослідників [7; 8; 9; 10] висвітлено важливі факти соціально-економічного, культурного життя міста другої пол. XIX — першої пол. ХХ ст.

Перша письмова згадка про Городок походить з 1213 р., однак поселення на цьому місці існувало раніше, що підтверджує легенда про село Страдч, колишні Стріліська, які заснували два княжих стрільці-ловці з Городка. У Галицько-Волинському літописі про Городок згадується також у 1227, 1235 рр. у зв'язку з вторгненням польсько-угорських феодалів у Галицьке князівство та боротьбою князя Данила Романовича за Галицький трон [2, с. 208].

Місто було споруджене за зразком інших поселень Галицько-Волинського князівства, мало вигляд фортеці, оточеної річкою Верещицею, ставами та важкодоступними болотами. Владислав Опольський збудував замок, який, щоправда, згідно вияв-

лених історичних джерел, не відбив жодного ворожого нападу. Опольський проводив полонізацію краю, надав ґрунти латинському костелу та францисканському монастирю [1, с. 17]. Владислав Ягайло у 1389 р. надав Городку Магдебурзьке право та всі пов'язані з ним привілеї, у 1419 р. надав фундацію костелу, у 1429 р. підтвердив фундацію існуючого тут вже півстоліття монастиря [9, с. 454]. Король побував у Городку 13 разів, де, як стверджують історичні перекази, у парку біля свого замку полюбляв слухати словов'їний спів. В Городку Ягайло 1434 р. помер, за історичними джерелами, його серце залишилося у стіні францисканського костелу, хоча сам похований у Krakovі [10, с. 320].

Упродовж століть під польським та австрійським пануванням місто було осередком торговельного життя повіту, тут активно розвивалося рибальство, виробництво льону. Тут функціонувала низка фінансових, добroчинних товариств, зокрема, у 1878 р. діяли: Городоцька повітова каса позичкова, пожежна охорона, городоцький відділ Товариства взаємної допомоги приватних урядників, єврейське товариство добroчинності, «Черлянське товариство підтримки хворих при фабриці паперу Товариства акційного в Черлянах», (існувало з 1870 рр.) [11, арк. 15]. На поч. ХХ ст. в Городку діяло «Товариство залічкове та ощадності Надія». Метою його діяльності було постачання членам за визначений процент грошей, потрібних для обороту в господарстві, землеробстві, торгівлі, промислі чи ремеслі за допомогою спільногоЕ кредиту усіх членів [12, арк. 1]. Функціонувала також гуманітарна інституція — «Дім убогих», що надавала притулок на старість «підувалим мешканцям». Він був утримуваний з «фундушу убогих», закладеного королем Сигізмундом Августом у 1566 р. Товариство «Фундуш позичковий для промисловців та рукодільників» також мав швидше гуманітарну мету, ніж фінансову [7, с. 68].

В другій половині XIX ст. населення Городка складали приблизно рівномірно поляки, українці та євреї, що опосередковано підтверджує існування перед Першою світовою війною у Городку трьох футбольних команд: української, польської та єврейської. У різні часи, українські команди мали назви «Січ», «Бойтур»; польські — «Гвоздя», «Сокул», «Ягельонія»; єврейська — «Гапоель» [3, с. 14]. У 1929 р. в м. Городку налічувалося 10 682 мешканців. Діяв 1 римо-католицький костел і 3 греко-католицькі церкви, гімназія, рільничча школа. З-поміж громадських інституцій функціонувала Повітова Каса Хворих, Дім убогих. Крім цього було товариство купців, цехи шевців, ковалів, різників. Торги відбувалися у четвер, а ярмарки в понеділок після свята Божого Тіла і 14 вересня. Діяли фабрика дахівок, цегельня, млинни, управа льону, оліярня [8, с. 655–656].

На початку ХХ ст. Городок був настільки сплонізований і просякнутий наскрізь москофільськими симпатіями, що будь-які спроби організувати тут філію товариства «Просвіта» були марними. Якщо товариство «Просвіта» засноване ще у 1868 р., то в Городку його філія утворилася лише у 1909 р. Це було пов'язано з відкриттям гімназії 1909 р., коли сюди прибули учні, професори та їх родини, що значно збільшило кількість національно свідомих людей у місті [1, с. 46]. Ініціатором створення в Городку філії «Просвіти» став доктор Лонгин Озаркевич, відомий галицький адвокат. Установчі збори відбулися 1 квітня 1909 р., на які зібралися близько 60 чоловік (людей могло бути й більше, але в останню хвилю москофіли відмовили надати просторе приміщення) [1, с. 46]. Головою городоцької філії «Просвіти» був обраний о. Михайло Цар, парох Мавкович, заступником — Лонгин Озаркевич.

У 1910 р. відкрили бурсу для селянських дітей, в якій проживало 14 учнів з 1-го класу гімназії та 4-го класу народної школи. Наглядав за нею гімназіальний катехит о. О. Чернецький, а починаючи з 1911 р. філія розпочала роботи по будівництву власного дому, вартість якого виносила 20 тис. корон [1, с. 48]. Упродовж першого року своєї роботи філія відзначилася плідною роботою, у звіті зазначалося: «створено Читальні

Просвіти в Братковичах, Артищові, Бартатові, Стоділках, Зушицях. Делегати Філії брали участь майже в кожних загальних зборах Читалень і навіть в засіданнях Виділів Читалень». Філія закупила площу під будівництво власного дому на що зібрала біля 700 корон [19, арк. 20].

Зусиллями філії в повіті відкривалися нові читальні. Перша світова війна привела до того, що всю просвітянську роботу сплюндували московофіли. Читальня відновила діяльність після війни у 1921 р. Відомо, що у травні 1925 р. її головою був учитель Гавришук Степан [20, арк. 1]. При читальніх «Просвіти» функціонували бібліотеки, театральні гуртки, хори, проводилися публічні виступи з нагоди національних, релігійних свят, зачитувалися реферати, присвячені актуальним проблемам політичного, національного, господарського життя.

Так, на зборах товариства 8 грудня 1924 р. були присутніми 170 осіб з місцевих делегатів читалень і громад. На них, зокрема, п. Стернюк у своєму рефераті пояснив, що таке кооперація, її суть і значення в господарському житті народу, а зокрема, про значення кооперації для українського народу. В. Бабій в рефераті про Рідну Школу вказав на значення «своєї школи, та на спосіб удержання українських приватних шкіл, на конечність удержання існуючих вже шкіл та на потребу заснування нових». Він закликав до заснування в кожній громаді Комітетів Рідної Школи, метою яких було б збирати пожертви на потреби українського приватного шкільництва, о. Е. Роздольський заохочував до читання та поширення часописів [21, арк. 8]. У звіті за 1934 р. зазначається: «У бібліотеці книжок красного письменства (повістей, оповідань, поезій) — 216, господарського змісту — 7, популярно-наукового змісту — 22, порадників, словарів, каталогів — 2, дитячих — 18, театральних — 1. Прочитано протягом року — 124—130 книг. «Сагайдачний» — 15 разів, «Мазепа» — 37, «Сотниківна» — 44. Читало книжки 25 осіб. Старших осіб цікавили більше оповідання воєнні і спомини, а молодших оповідання фантастичні. При читальні організовано театральний гурток. Його керівником і режисером є о.д-р. Цегельський, Протягом року дав 6 вистав «Пасхальна Драма» [20, арк. 2].

У Городку діяли московофільські осередки. Так, на Заставському передмісті існувала читальня ім. М. Качковського. У ній в 1936 р. було «правдивих членів — певних 25 чоловік», проукраїнськи налаштованих осіб в звіті за 1936 р. названо ворогами, які «навіть заложили свою Просвіту зараз таки коло нашої читальні», зазначалося також, що «на Львівському передмісті ще гірше — там Дім дуже загрожений зі сторони українства», у зв'язку з чим просили Головну Управу Товариства у Львові допомогти [15, арк. 9]. 1939 р. Головна Управа Товариства ім. Михайла Качковського прийняла постанову про припинення діяльності читальні у Городку на Заставському передмісті [15, арк. 16].

Діяла московофільська читальня імені М. Качковського на Львівському передмісті Городка. Архівні матеріали свідчать, що існували конфлікти між московофілами та проукраїнськи налаштованим місцевим населенням. Зокрема, 24 листопада 1934 р. українці вибили шибки вікон читальні. Москвофіли у своїх документах зазначали, що українці пробували хитрістю забрати дім читальні в свої руки і в тій цілі намагались масово вписатися у члени, однак не вийшло [18, арк. 44]. Крім того, вказувалося, причиною занепаду читальні стали економічні труднощі, оскільки членами читальні були практично селяни-малоземельники чи збіднілі міщани [18, арк. 50]. В результаті, у січні 1936 р. львівське керівництво видало постанову про ліквідацію читальні на Львівському передмісті [18, арк. 82]. Характерно, що московофіли у документах нічого не вказували про утиски з боку польської адміністрації.

У 1910 р. у м. Городку почало свою діяльність товариство «Сокіл» — на основі статуту « затвердженого рескриптом Високої ц. к. Міністерст� внутрішніх справ з 13

квітня 1906 р. зізволяє Старшина Товариства гімнастичного «Сокіл» у Львові на заснування Філії в Городку Ягайлонським. 9 лютого 1910 р.» — підтвердив голова товариства Микола Боберський та комітет засновників товариства [13, арк. 1]. Товариство мало назву «Пожарна філія львівського Товариства гімнастичного «Сокіл» в Городку Яг.». Головою «Сокола» у Городку був Микола Боберський. Підтримував товариство д-р Степан Біляк, адвокат в Городку Яг. У 1927 р. Старшиною Товариства «Сокіл» в Городку Яг. був інженер Роман Паламарчук, тоді товариство складалося з трьох відділів: 1) секція гімнастично-руханкова; 2) аматорський гурток; 3) м'ячева дружина [16, арк. 34]. Щороку перед зеленими святами і 1 листопада члени товариства «Сокіл» прибирали і заквітчували могили січових стрільців, на Зелені Свята з усіх церков міста йшли велелюдні процесії з десятками вінків, які несла молодь, що прибула до Городка з цілого Городоцького повіту [4, с. 17].

Городоцький осередок «Сокола» ліквідували у травні 1934 р. — безпосередньо після інциденту на Зелені Свята на місцевому кладовищі — соколів звинуватили, що вони співали протидержавні пісні. Учасники організації зазнали репресій — ревізій та арештів. Згодом колишні соколи зорганізувалися у спортивну секцію при товаристві «Рідна Школа» в Городку [16, арк. 87].

Функціонували в Городку освітні товариства — відомо про відділ педагогічного товариства у Городку (виник 9 грудня 1877 р.). У першій половині ХХ ст. в місті діяло Українське педагогічне товариство, товариства «Рідна школа», опіки дітей, курси вивчення рідної мови та історії [6, с. 9]. В 1923 р. постійно діяв двомісячний курс української мови для учнів польських шкіл і 2 відділи для неписьменних. У Городку певний час діяв «Кружок Товариства Прихильників Освіти» — зокрема, у 1935 р. [14, арк. 11].

Протягом 1927–1928 рр. виникли товариства «Сільський господар», а також «Відродження», що активно виступали на захист нації від згубного впливу алкоголю та куріння [6, с. 10].

У Городку функціонували також релігійні організації, наприклад, у 1926 р. було засновано Марійську Дружину для учнів середньої школи (гімназії) під титулом Покрову Пресв. Богородиці і св. Йосафата. Також діяв Марійський Союз для учнів гімназії під покровом св. Володимира. У лютому 1927 р. засновано Марійську Дружину Панночок непорочного Зачаття Пресв. Діви під покровом св. Ольги [17, арк. 35]. У 1928 р. для учениць народної школи було засновано Марійський Кружок Учениць ім. св. Предислави-Єфросини княжни Погоцької [17, арк. 66]. У Городку діяв Марійський Кружок Введення в храм Преч. Діви Марії, заснований 1938 р. для хлопців та дівчат при школі 3 ступеня на Заставському передмісті, духовним провідником якого був о. Омелян Квіт [17, арк. 52]. При церкві Благовіщення у 20–30-х рр. існував монастир сестер-служебниць, які виховували сиріт. Також при храмі діяло Братство тверезості, в пам'ять цієї важливої події біля церкви було встановлено пам'ятник — хрест Братства тверезості. Основним організатором Братства тверезості в м. Городку був священик Лев Трешаківський, ініціатор створення антиалкогольних товариств у Галичині.

Окупаційна політика Польщі викликала опір українців Городка та повіту і привела багатьох із них у підпільні організації, що боролися за визволення краю. Трагічним був напад на пошту в Городку 30 листопада 1932 р., який став відомий у всій Галичині. Події відбувалися в будинку суду, де знаходилася скарбова каса. Напад не вдався, 24 грудня 1932 р. Василя Біласа та Дмитра Данилишина було страчено в сумнозвісній львівській тюрмі Бригідки. В пам'ять про геройів після здобуття Україною незалежності щороку проводяться поминальні панахиди та пам'ятні вічі, біля будинку (нині райдержадміністрація) встановлено пам'ятник.

У Городку був створений повітовий комітет допомоги голодуючим у радянській Україні в 1932–1933 рр., до складу якого увійшли священики УГКЦ, члени церковного Братства, «Просвіти», «Сокола», Союзу Українок, ОУН, «Рідної школи» та ін. Влаштовували благодійні концерти, вистави, речові безпрограшні лотереї, збириали гроші на вулиці. В неділю на людних вулицях і Ринковій центральній площі, біля церков Благоіщення, св. Івана та св. Миколая, біля кінотеатру «Гвоздя» стояли пари: хлопець тримав запечатану скриньку чи металеву банку для пожертв, а дівчина — щит, прикрашений блакитно-жовтими стрічками, або кошичок з квітами. Тому, хто кидав гроші в скриньку, дівчина чіпляла на груди бант зі стрічок, або давала квітку. Зерно і крупу збириали чоловіки в мішки, ходячи по хатах господарів Львівського, Заставського, Черлянського передмістя та навколоїнших сіл. Зібране з Городка перевозили в Допомоговий Комітет у м. Львові. Однак, як відомо, радянські прикордонники не пропустили жодної допомоги голодуючим у Велику Україну. В церквах Городка та горodoцького повіту відправлялися панаходи за упокій жертв Голодомору [5, с. 18].

Під час російсько-більшовицької окупації за 20 місяців 1939–1941 рр. у Городку та Городоцькому районі арештували, депортували і знищили тисячі людей. У жовтні 1939 р. почалося тотальне вивезення української інтелігенції, після розправи над інтелігенцією «визволителі» приступили до винищенння найбільш свідомих українців, насамперед, членів «Просвіти», «Сільського господаря», гімназіальної молоді та їх родин, навіть тих, хто читав газети [1, с. 59]. Влітку 1944 р. радянські війська знову прийшли в Галичину. Друге встановлення радянської влади супроводжувалося відновленням масового вивезення галичан до Сибіру [5, с. 17]. З відновлення незалежності України в Городку активізувалося національне життя, відновилася діяльність «Просвіти», створили нові культурно-просвітницькі товариства.

Таким чином, історія Городка відображає основні події, процеси, що відбувалися в Галичині. Культурно-просвітницькі, економічні організації і товариства міста висвітлюють буденне життя та завдання, які ставили перед собою три основні національні групи міста — українці, поляки та євреї. Подальше вивчення цієї теми із зачлененням нових історичних джерел дозволить поглибити знання історії краю, а також популяризувати її засобами туризму. Для цього необхідно підготувати та поширювати монографічні дослідження, історико-краєзнавчі нариси, туристичні путівники про Городок та його околиці. Беручи до уваги також його близьке розташування біля м. Львова, рекреаційні ресурси можна стверджувати, що Городок має значний туристичний потенціал і може більш активно залучатися в туристичну сферу, зокрема, при створенні туристичних маршрутів культурно-пізнавального, релігійного, ностальгійного характеру.

Література

1. Горак Р. Городок: історико-краєзнавчий нарис [Текст] / Р. Горак. — Львів : Каменяр, 1995. — 78 с.
2. Історія міст і сіл Української РСР і двадцяти томах. Львівська область / Гол. ред. кол. : Тронько П. Т. (голова), Бажан М. П., Білодід І. К. та ін. — К., 1968. — 978 с.
3. Світенко Л. Вулиці Городка [Рукопис]. — Городок : Городоцький історико-краєзнавчий музей, 2010. — 25 с.
4. Світенко Л. Меморіал «Борцям України» [Рукопис]. — Городок : Городоцький історико-краєзнавчий музей, 2010. — 21 с.
5. Світенко Л. Російсько-більшовицька окупація [Рукопис]. — Городок : Городоцький історико-краєзнавчий музей, 2010. — 23 с.
6. Світенко Л. Товариство «Просвіта» [Рукопис]. — Городок : Городоцький історико-краєзнавчий музей, 2010. — 12 с.
7. Falkewich Karol. Monografia powiatu Gorodeckiego. — Grodziec : Nakładem Grodeckiej Rady powiatowej za marszalkostwa Adolfa br. Brunickiego, 1896. — 140 s.

8. *Księga adresowa Polska dla handlu, przemysłu, rzemiosła i rolnictwa*, 1929. — S. 655–656.
9. *Rankowski Grzegorz. Ziemia Lwowska. Przewodnik krajoznawczo-historyczny po Ukrainie Zachodniej. Czesc III*. — Pruszkow, 2007. — 465 s.
10. *Slownik geograficzny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich / Pod redakcją Filipa Sulimierskiego, Bronisława Chlebowskiego, Władysława Walewskiego. Tom II*. Warszawa: Nakładem Filipa Sulimierskiego i Władysława Walewskiego, 1881. — 927 s.
11. ЦДІАУ, м. Львів. Ф. 146, оп. 58, спр. 73 (Зведення староств про наявність товариств на їх територіях) Г–3. — 97 арк.
12. ЦДІАУ, м. Львів. Ф. 146, оп. 25, спр. 3927 (Листи краївого суду в м. Львів про впис до реєстру товариства «Товариство залікове і ощедносці — Надзея» в м. Городку). — 2 арк.
13. ЦДІАУ, м. Львів. Ф. 146, оп. 25, спр. 4024 (Листи жителів м. Городок з проханням про впис до реєстру пожежної філії львівського гімнастичного товариства «Сокіл» там же статут). — 20 арк.
14. ЦДІА України у м. Львові. Ф. 309, оп. 1., спр. 74 (Переписка з Бродським старостством міста Львова про надання статуту, обрання нових складів членів правління та з ін питань). — 20 арк.
15. ЦДІА України, м. Львів. Ф. 182. оп. 1. спр. 313 (Інформації, листування й інші матеріали про організаційну, фінансово-господарську діяльність читальні на Заставському передмісті в Городку та її розвязання). — 24 арк.
16. ЦДІА України, м. Львів. Ф. 312, оп. 1. спр. 256 (Звіти, протоколи, листування та інші матеріали про заснування і діяльність товариства у місцевості Городок Ягайлонський). — 107 арк.
17. ЦДІА України, м. Львів. Ф. 508, оп. 1, спр. 55 (Анкети, звіти, листи про діяльність марійських дружин, кружків, союзів у місцевостях на літеру «Г» Львівської єпархії). — 102 арк.
18. ЦДІА України, м. Львів. Ф. 182, оп. 1, спр. 326 (Газетні повідомлення, звіти й інші матеріали про організаційну, фінансово-господарську та пропагандистську діяльність читальні на «Львівському передмісті» в Городку). — 115 арк.
19. ЦДІА України у м. Львові. Ф. 348, оп. 1, спр. 1937 (Листування з філіалом в м. Городок про заснування читалень, скликання зборів, нарад, зміну статутів та інші організаційні питання. — Т. I). — 41 арк.
20. ЦДІА у Львові. Ф. 348, оп. 1, спр. 1944. (Звіти, протоколи, списки та інші матеріали про діяльність читальні в м. Городок). — 69 арк.
21. ЦДІА України у м. Львові. Ф. 348, оп. 1, спр. 1940 (Протоколи загальних зборів та засідань членів філіалу в м. Городок). — 103 арк.

Бегей О. И.

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ В Г. ГОРОДОК ВО ВТОРОЙ ПОЛ. XIX — ПЕРВОЙ ПОЛ. XX В.

Освещается история культурно-просветительских, религиозных, экономических организаций и сообществ, действовавших в г. Городок Львовской области во второй пол. XIX — первой пол. XX в. Исследуется деятельность организаций «Просвіта», «Сокіл», «Рідна школа».

Ключевые слова: Городок, история, национальная жизнь, культурно-просветительские организации.

Behei O. I.

CULTURALAND EDUCATIONAL ORGANIZATIONS IN THE TOWN OF HORODOK IN THE SECOND HALF OF XIX CENTURY— THE FIRST HALF OF XX CENTURY

The history of cultural and educational, religious, economic organizations and associations operating in the town of Horodok in Lviv region in the second half of XIX—first half of XX century is highlighted. The activity of organizations «Prosvita», «Sokil», «Ridna Shkola».

Key words: Horodok, history, national life, cultural and educational organizations.

УДК 314.743

Франків Ірина Ярославівна, к. і. н., завідувач бібліотеки,
Львівський інститут економіки і туризму

ДІЯЛЬНІСТЬ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО В ОРГАНІЗАЦІЇ ОПІКИ НАД ЕМІГРАНТАМИ

Досліджено роль митрополита Андрея Шептицького в організації опіки над українською еміграцією. Описана його подвижницька праця, що спрямована на величезний вплив на культурний, моральний рівень українських заробітчан і сприяла збереженню національної ідентичності українців у діаспорі.

Ключові слова: діаспора, Канада, США, греко-католицька церква, Андрей Шептицький.

Митрополит Андрей Шептицький очолив Галицьку митрополичу кафедру в часі, коли українська еміграція набрала значних масштабів. У 1901 р. з Галичини до США емігрувало 3010 українців, до Канади — 4702 особи, а ще Бразилія, Аргентина, Боснія і Герцеговина, Пруссія [1, с. 56]. За таких обставин роль духовенства в організації опіки над емігрантами набуває особливої ваги.

Наукові розвідки, про діяльність митрополита А. Шептицького, таких церковних діячів як Василя Лаби та Богдана Казимири, на конкретному історичному матеріалі показали зусилля митрополита щодо заснування греко-католицького єпископства у Канаді. Стаття священика Й. Гродського розповідає про «Відвідини Америки митрополитом Андрієм у 1910 р.» Та не зважаючи на це, все ж залишається нерозкритою душпастирська праця митрополита Андрея над українською еміграцією і ця тема потребує подальших наукових досліджень.

З приводу масової еміграції у розпорядженні Митрополита Андрея наголошувалося: «Німці, італійці, словенці мають опіку над своїми емігрантами так зорганізовану, що у них, хто лише емігрує, той певно іде і заробляє, а у нас, на жаль, більше як половина не доробляється нічого, а забагато пропадає без слуху, або доробляється жебрачої торбі» [2].

Попри завдання, які розв'язував Митрополит щодо організації опіки над емігрантами напередодні виїзду, предметом його особливої уваги стало релігійне життя українців в діаспорі, зокрема в Канаді. Як уже вказувалося, він мав намір особисто відвідати українські поселення у цій країні, однак поточні справи не дали можливості реалізувати такий намір [3, с. 240]. З огляду на це, у жовтні 1901 р. ним відряджено до країни Кленового Листка священика Василя Жолдака (впродовж 1894–1899 рр. закінчив богословські студії в Римі, володів французькою мовою), котрий перед тим два роки працював секретарем Митрополита [4, с. 51]. «Прийміть же його щирим серцем так, як зі щирим серцем він до Вас іде. Слухайте його наук, живите так, як він Вам скаже, і за поміччю Божою знайдете в нім правдивого вітця, він же буде мати потіху, що його праця буде для Вас корисна» [3, с. 241] — вказував Андрей Шептицький у пастирському посланні «Русинам, осілим у Канаді». Однак, можливості місійної праці В. Жолдака за океаном були доволі обмеженими, оскільки він підлягав юрисдикції архієпископа м. Сент-Боніфас Аделяра Ланжевена, котрий попервах негативно ставився до греко-католицького обряду. «Він собі думає, що через брак руських священиків, народ руський скоріше прийме латинський обряд. А якщо якесь частина відпаде від віри, ну то він сему не буде винен. Для підтримання віри і спасення своїх душ треба і обряд змінити» [5, с. 20] — вказується у документах.

Після ознайомлення з релігійною ситуацією в Канаді, В. Жолдак дійшов переконання, що найбільшою проблемою для українських поселенців у цій країні є недостатня кількість греко-католицьких священиків. З цього приводу він писав Митрополиту: «[..]

народ руский в Канаді загибає в своїй безрадності без слова Божого, без священиків, котрі би могли всі його потреби заспокоювати в питомім єму обряді. Без проводу священиків народ руский пропав. Много з народу руского вертає або має намір вертати до Галичини, а причиною того єсть брак наших священиків» [6, с. 23]. У іншому листі він вказував на негідну поведінку окремих душпастирів. Наголошував на тому, що є потреба, аби ті, що хочуть іхати до Америки, були можливо найкращими священиками цілої нашої провінції церковної в Галичині і щоби вони дійсно були перейняті духом Ісуса Христа, духом апостольства. І якщо нема таких, то буде краще жодного не посилати. У червні 1902 р. В. Жолдак разом з Йосафатом Жаном (француз за національністю, перешов на греко-католицький обряд) здійснив поїздку до Львова, де склав Митрополиту докладний звіт із своєї місії у Канаді. Окрім цього, В. Жолдак, за його вказівкою, вжив енергійних кроків для пошуку священиків на душпастирську працю за океаном. Однак бажаючих не виявилося. За таких, обставин А. Шептицький вирішив скерувати в Канаду отців василіан та Сестер Служебниць. Як наслідок, у жовтні 1902 р., за дозволом Конгрегації для поширення віри, до Едмонтону прибули місіонери-vasiliani Платонід Філяс (голова місії), Антін Строцький і Созонт Дидик. Разом з ними у Канаду прибули чотири сестри Згromадження Сестер Служебниць Непорочної Діви Марії — Амвросія Ленкевич, Ісидора Шиповська, Емілія Клапоушок і Таїда Врублевська. Їхню поїздку фінансував Митрополичий Ординарат, виділивши кожному 2400 корон [7, с. 94]. На підмогу цим місіонерам Митрополит А. Шептицький у 1903 р. скерував до Канади Матея Гуру та Навкратія Крижановського, а 1904 р. — Атанасія Филипіва та Івана Тимочки [5, с. 54].

Після повернення в Канаду В. Жолдак, за клопотанням А. Шептицького, отримав статус «апостольського візитатора», що давало йому можливість отримувати грошову допомогу від уряду Австрії [5, с. 18]. Однак невдовзі між ним та отцями василіанами виникли непорозуміння, наслідком яких стало його відкликання до Галичини [8, с. 94]. Після цього посередником Митрополита і канадських українців був Созонт Дидик — настоятель василіанської місії в Канаді впродовж 1906—1923 рр. [9, с. 105]. До цього варто додати, що В. Жолдак, чи не один з перших підняв питання про необхідність призначення єпископа для греко-католиків у Канаді. З цією метою він вів переговори з Апостольським делегатом у Монреалі Донато Сбаретті, котрий обіцяв порушити цю справу перед Папою Римським Левом XIII [5, с. 7].

Окрім ченців-vasiliani А. Шептицький для організації духовної опіки над українськими емігрантами в Канаді вдався до послуг отців Чину Найсвятішого Ізбавителя (Редемптористів). Засновником української місії редемптористів у Канаді став бельгійський монах Ахіл Деляре, котрий з дозволу Священної Конгрегації для поширення віри у 1906 р. перешов на греко-католицький обряд і розпочав місійну працю серед українських переселенців [10, с. 4]. Згодом його приклад наслідували бельгійці Г. Бульє, Н. Декамп, К. Тешер та французи Йосафат Жан, Адоній Сабурен, О. Ганьйон, Д. Клавелю [8, с. 26]. Їхня праця серед українців мала значний успіх, що спонукало Митрополита А. Шептицького вжити заходів для поширення діяльності Редемптористів на Галичину. Як наслідок, у серпні 1913 р. до Львова прибули перші Редемптористи, яким для тимчасового помешкання Митрополит надав колишній василіанський монастир в Уневі [11, с. 49–52].

Стосовно США, то про релігійну ситуацію між українськими поселенцями у цій країні Митрополит А. Шептицький отримував інформації від В. Жолдака, котрий вів жваву переписку із місцевими священиками. Він також регулярно надсилає до Львова україномовну газету «Свобода». Окрім цього, Митрополит листувався з окремими

емігрантами. Вартим уваги є й те, що з 1907 р. А. Шептицький постійно листувався з єпископом Сотером Ортинським та священиком Костянтином Курилло [12, с. 1]. Зміст їхньої кореспонденції красномовно засвідчує, що Митрополит був добре поінформований про складні процеси, що мали місце серед українських переселенців у США. Зрештою, релігійна ситуація у цій країні була складнішою ніж у Канаді. Попри масовий перехід греко-католиків на православ'я особливої гостроти тут набрали суперечності між священиками. Угорські священослужителі сповідують московофільські ідеї, «якщо деякі ще інколи признаються до русинів, то решта чисті мадря» [13, с. 131]. У 1902 р. Папою Римським для українців було призначено Апостольського візитатора, ним став Андрей Годобай [14, с. 60]. Його призначення було погоджене з закарпатським духовенством і свідчило про прагнення певних політичних сил Угорщини впливати на українських переселенців [15, с. 3–3 зв.]. Та це призначення викликало гостру критику Митрополита Андрея, який вважав його діяльність шкідливою для українських переселенців, адже А. Годобай, будучи угорцем відстоював лише угорські інтереси [28, с. 273]. За таких обставин Митрополит розпочав енергійні заходи на предмет створення українського єпископства в Америці. Зрештою, цього вимагала українська громадськість і священики як у США, так і в Галичині. Показовим у цьому плані є з'їзд у м. Гаррісбурзі (штат Пенсильванія), що відбувся 26 березня 1902 р., за участю 9 священиків і 16 світських представників. Цей форум домагався вилучити Руську Греко-Католицьку Церкву з-під юрисдикції «де пропаганда фіде», і негайно оснувати греко-католицьке єпископство в Америці [16, с. 21]. Подібні заклики доволі виразно лунали і в Галичині. На соборчику в с. Золотники Теребовлянського деканату, що відбувся 2 травня 1902 р. ухвалено резолюцію: «[...] домагатися утворення русько-католицького патріархату і встановлення русько-католицьких єпископів в Америці» [17]. З огляду на таку ситуацію Митрополит у серпні 1902 р. публікує послання «До духовенства у справі візитаторів для українців греко-католиків у Канаді і Сполучених Штатах», в якому зазначається про прагнення українців мати в Америці свої вікаріати, а згодом і єпископства [3, с. 434]. Андрей Шептицький завжди старався привернути увагу чиновників Риму до проблеми створення греко-католицького вікаріату в США. Підтвердженням цього є його подорож до Риму 1902 року з нагоди понтифікату Лева XIII [3, с. 442], де він в котрій раз підняв це питання. Для цього він здійснив ряд поїздок до Відня і Будапешту. Та на перешкоді відкриття греко-католицького єпископства у США було ряд проблем правового характеру. На IV Латеранському соборі (1215 р.) затверджено постанову, про неможливість відкриття двох єпископських влад на одній території. В результаті чого всі католики на одній території мали підкорятися одному єпископу і проти зміни цього давнього закону, у США, протестували латинські єпископи [18, с. 462]. Та незважаючи на це, Андрею Шептицькому вдалося переконати папу Лева III, кардиналів Джіроламо Марія Готті та Рафаеля Меррі дель Валь в тому, що створення єпископства для українців у США є потребою часу і єпископом має стати обов'язково священик з Галичини. У 1904 р. Папа Пій X відрядив до США візитатора, який мав вивчити ситуацію, що склалась і надати йому інформацію [19]. Наслідком вивчення становища, в якому перебували українські емігранти стало відкликання із США А. Годобая. І призначення 26 березня 1907 р. Папою Римським василіанина Стефана Ортинського єпископом для греко-католиків у США [20, с. 1–10]. Був він високоосвіченим і знову чужі мови. Як золотоустий проповідник захоплював своїми проповідями маси та навертав до Бога і ліберальні інтелігентні круги. До того був дуже презентативний і своїми виступами робив найкраще враження. Здавалося, що ціла наша еміграція піде за ним, як за релігійним і національним провідником, який піднесе високо престиж нашої Церкви і народу

перед американським світом [21, с. 213]. Хіротонію нового єпископа довершили 12 травня 1907 р. у соборі Святого Юра у Львові митрополит Андрей Шептицький, перемиський владика К. Чехович і станіславський єпископ Григорій Хомишин. Невдовзі єпископ Сотер написав перший пастирський лист до своїх вірних. У ньому, зокрема, відзначалося: «Бажаю слави Церкви Руської, а невідлучно з тим бажаю підвигнення нашого народу в напрямі просвітнім і економічнім, щоб бодай американська Русь скинула пута застою і ретроградності та віддихала лекше в житю всесвітнім» [13, с. 31].

3 вересня 1907 р. Сотер Ортинський прибув до Нью-Йорка [13, с. 39, 55 зв.]. Після приїзду Сотера Ортинського Папа Римський видав буллу «Ea Semper», в якій обумовлено становище українського єпископа й Української греко-католицької церкви у США. Владику Сотера Ортинського було призначена єпископом-помічником латинських єпископів [22], він не мав повноцінної влади, працював в єпархіях, де знаходились вірні греко-католицької церкви, але разом з тим підпорядковувався латинським єпископам. Папська булла загострила стосунки між ним і священиками із Закарпаття. З метою полагодити суперечності митрополит Андрей у вересні 1909 р. провів у Львові переговори з Мукачівським єпископом Юліаном Фірцаком, які, до певної міри, загладили суперечності [12, с. 43]. Попри те, релігійна ситуація у США залишалася і надалі складною. Тоді у церковних колах визріла думка, що єдиним виходом із замкнутого кола міг би стати приїзд Митрополита Андрея, бо він один був в силі усі труднощі усунути. Така нагода трапилася у 1910 р., коли у м. Монреалі (Канада) мав відбутися Міжнародний Євхаристійний конгрес [23]. Дорогою до Канади Митрополит відвідав США, де провів конференцію із священиками. Він також 2 жовтня 1910 р. посвятив у Філадельфії катедральний собор Непорочного Зачаття Пречистої Діви Марії. У цій церемонії брали участь, 66 українських священиків і 5 тис. мирян, папський легат, кардинал В. Ванутеллі, Апостольський Делегат у Вашингтоні, архієпископ Джованні Фальконі, а також римо-католицькі єпископи.

Приїзд першого єпископа до США знаменував собою нову сторінку історії Греко-Католицької Церкви. Більше того, стараннями Митрополита Андрея Апостольська Столиця, у травні 1913 р. надала Сотеру Ортинському повну юрисдикцію і незалежну єпархію [14, с. 90].

У червні 1914 р. єпископ Сотер здійснив поїздку до Риму, де зустрівся з кардиналом Дж. М. Готті, котрий повідомив його, що невдовзі Папа Римський підпише новий документ щодо греко-католицької церкви у США, в якому Конгрегація поширення віри роз'яснить нові повноваження владики С. Ортинського [24, с. 30–31].

Після призначення єпископа для українців у США Митрополит Андрей докладав значних зусиль для розв'язання цього питання у Канаді. Такі заходи не були марними. У 1909 р. Апостольський делегат у Монреалі, кардинал Д. Сбаретті дав вказівку редемптористу А. Деляре підготувати «Меморіал у справі українців північно-західної Канади», який підписали цілий ряд священиків, у тому числі й римо-католик А. Сабурен. Цей документ отримав схвалення на першому Канадському соборі у Квебеку 1909 р. і став першим офіційним зверненням від духовенства Канади до Апостольської столиці у справі іменування єпископа для канадських українців [25, с. 72]. Окрім цього, на українських поселеннях підготовлено десятки петицій з вимогою ієрарха для Греко-Католицької Церкви. Апогеєм цієї акції стала українська маніфестація у Вінніпегу, що відбулася 28 серпня 1910 р. У ній взяли участь понад 3 тис. українців, котрі вимагали допущення до Канади одруженого духовенства, призначення греко-католицького владики, незалежного від римо-католицької ієрархії [24, с. 28]. Доповненням до усіх цих заходів стали переговори Митрополита Андрея з римо-католицьким єпископатом Канади у

часі Євхаристійного конгресу, що відбувся на початку вересня 1910 р. за участю 130 єпископів та 10 тис. священиків. Більше того Митрополит використав свої відвідини в Монреалі на візитацию українських парохій та церков по цілій Канаді — від Вінніпега до Ванкувера [8, с. 9, 13–22].

Після повернення з-за океану Митрополит 18 березня 1911 р. підготував меморандум «Address on the Ruthenian Question to Their Lordships The Archbishops and Bishops of Canada» («Меморіал про українську справу в Канаді, пересланий Високопреосвященним Архієпископам і Єпископам Канади»), скерований канадським римо-католицьким владикам [26, с. 236]. У цьому документі, один із розділів був присвячений питанню номінації греко-католицького єпископа для канадських українців. Як наслідок архієпископ із Сент-Боніфас А. Ланжевен повідомив Апостольського делегата в Римі про свою згоду на оформлення незалежного єпископства Греко-Католицької Церкви. Після цього Папа Пій Х 12 липня 1912 р. іменував титулярним єпископом Патари 35-літнього префекта Духовної семінарії у Львові Н. Будку і призначив його першим єпископом для українців Канади. Новопризначений владика, стараннями Митрополита Андрея, відразу отримав повну юрисдикцію над вірним в усій Канаді і був цілком незалежним від місцевої римо-католицької єпархії. Він прибув на канадську землю 6 грудня 1912 р. [27]. Невдовзі єпископ Н. Будка вжив енергійних заходів, які до певної міри нормалізували релігійне життя греко-католиків у Канаді.

У діяльності Митрополита Андрея щодо організації опіки над емігрантами особливе місце займають його пастирські послання. У них він вів жваве спілкування з переселенцями, давав поради і вказівки, проповідував Слово Боже. Зрештою вони були реакцією на найзлобенніші питання життя емігрантів. Так, з огляду на поширення схизми серед українців греко-католиків за океаном, Митрополит підготував у 1901 р. два пастирських листи, а саме: «Русинам осілим у Канаді» і «Правди віри». У них він закликає вірних дотримуватися основних догматів християнства, бо «Віра — то так, як той ланц святий, що чоловіка в'яже і лучить з Богом. Той ланц мусить триматися і розуму, і серця чоловіка» [3, с. 308]. Характерно, що у відданості греко-католицькій церкві Митрополит бачив запоруку морального клімату української спільноти в Америці. «З [...] Божою поміччю зможете триматися християнської дороги життя, що визначена як би десятьма великими святыми стовпами, божими заповідями. Не буде поміж Вами сварні й незгоди, не буде п'янства ні нечистоти. Чесною, совісною працею здобудете ліпше дочасне буття і честь у людей» [3, с. 246], — вказував він.

Із пастирських листів Митрополита Андрея видно, що питанням надзвичайної важі для нього була підготовка священиків для місійної праці на українських поселеннях. Так, у «Посланні до духовенства у справі візитаторів для українців греко-католиків у Канаді і Сполучених Штатах», зокрема, наголошувалося: «Річ ясна, що треба людей, готових на всі труди праці і невигоди і так прив'язаних до віри, щоби могли не лише самі не стати апостатами, але й утврджувати у вірі й любові. Треба людей повного апостольського духа, котрі йшли би до Америки не на те, щоб ужити свободи і втечі від усякої влади, але людей, що були б готові і життя посвятити для спасіння Христових душ» [3, с. 438]. Більше того, Митрополит навіть планував організувати богословську школу, яка б готувала добрих священиків і місіонерів для наших емігрантів в Боснії, Канаді, в Сполучених Штатах, Бразилії, Аргентині, Австралії і всюди, де ще апостольська місійна праця потрібна.

Окрім вище вказаного, пастирські листи Митрополита засвідчують наскільки великого значення він надавав організації українського шкільництва за океаном. «Як дитина до школи неходить, то хиба трудно виробиться в ній чесний благородний

характер, а не знати і коли навчиться всяких нечесних діл. Навіть буде красти, а то в Канаді уходить за наймерзенніше і найбридше зі всіх поступків» [3, с. 744], — вказується у посланні «Канадійським русинам».

Характерно, що у пастирських посланнях Андрей Шептицький виокремлює віру і школу як головні чинники збереження національної самобутності українців. З цього приводу він писав, що Пресвітеріани платять тим, хто хоче до їх школи записатися і пристати на їх віру. Знають, що коли підкопають віру, то відберуть і обряд — і затратиться народність. Бо якщо і є в чому надія, що наш народ не стратить своєї мови і народності, то якраз у вірі і в обряді. Зрештою, проблема збереження національної ідентичності українців у діаспорі є лейтмотивом в усіх пастирських листах Митрополита. Він закликає емігрантів не забувати рідної мови і обряду, звичаїв, традицій і голосно признаватися, що ти є Русин, та старатися своїми вчинками здобути собі і своєму народу повагу і славу у людей.

Пастирські послання Митрополита Андрея містять також практичні рекомендації емігрантам, щодо укладання контрактів, заощадження коштів, відзначення релігійних свят тощо. До цього варто додати, що він був свято переконаний у тому, що емігранти «[...] лучші, багатші, [...] з заробленим грошем, з наукою, просвітою, досвідченням» [3, с. 788], після певного часу, повинні повернутися на батьківщину.

Загалом Митрополит Андрея Шептицький відіграв визначальну роль в організації опіки над українською еміграцією. Його подвижницька праця спрояла величезний вплив на життя і діяльність українських заробітчан, сприяла збереженню їх національної гідності та ідентичності українців за кордоном.

Література

1. Качараба С. Українська еміграція. Еміграційний рух зі Східної Галичини та Північної Буковини у 1890–1914 рр. [Текст] / С. Качараба, М. Рожик. — Львів, 1995. — 124 с.
2. В справі опіки над емігрантами // Львівсько-Архієпархіальне Відомості. — 1911. — 15 мая.
3. Шептицький Андрей. Пастирські послання 1900–1914 рр. — Львів : Артос, 2007. — Т. 1. — 1014 с.
4. ЦДІА України у Львові. — Ф. 146 (Галицьке намісництво, м. Львів), оп.4, спр. 2488. Матеріали про еміграцію населення Галичини в Північну Америку, Бразилію та Аргентину (1902–1902), 97 арк.
5. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Александр, 1854–1944), граф митрополит Галицької греко-католицької церкви), оп. 2, спр. 155, арк. 20.
6. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Александр, 1854–1944), граф митрополит Галицької греко-католицької церкви), оп. 2, спр. 154, арк. 23.
7. ЦДІА України у Львові. — Ф. 146 (Галицьке намісництво, м. Львів), оп.4, спр. 2488. Матеріали про еміграцію населення Галичини в Північну Америку, Бразилію та Аргентину (1902–1902), 97 арк.
8. ЦДІА України у Львові. — Ф. 408 (Греко-католицький митрополичий ординаріат), оп. 1, спр. 1117. Стаття священика Й. Гродського Відвідини Америки митрополитом Андрієм у 1910 р. Машинопис, 1918 р., 37арк.
9. Казимира Б. Митрополит Андрій Шептицький та канадійські українці [Текст] / Б. Казимира. — Йорктон : Друкарня Голосу Спасителя, 1956. — 123 с.
10. Збірка документів щодо заснування східної вітки ЧНІ на Україні бельгійськими Отцями Редемптористами. — Рим, 2000–2002. — 286 с.
11. Редемпторист Місіонер. Віце-Пріоріця ЧНІ на Східній Галичині / Місіонер Редемпторист // Studion. — Рим, 1923. — Т. 1. — С. 49–52.
12. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Александр, 1854–1944), граф митрополит Галицької греко-католицької церкви), оп. 2 Спр.86. Листи о. Курило К з США до Шептицького А. (1909–1912), 125 арк.
13. ЦДІА України у Львові. — Ф.358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Александр, 1854–1944), граф митрополит Галицької греко-католицької церкви), оп. 2 Спр.70. Пастирські послання і листи єпископа Оргинського С. до Шептицького А. Т. 1. (1900–1910), 191 арк.

14. Лужницький Г. Єпископ-піонер Кир Сотер з Ортинич Ортинський ЧСВВ / Г. Лужницький. — Філадельфія : Провидіння, 1963. — 108 с.
15. ЦДІА України у Львові. — Ф. 146 (Галицьке намісництво, м. Львів), оп.4, спр. 2489. Матеріали про еміграцію населення Галичини в Північну Америку, Бразиллю та Аргентину. Постанови, циркуляри, донесення, звіти та ін. — Том. 12. (1903-1908), 91 арк.
16. Марунчак М. До організаційних початків Української Католицької Церкви в Канаді і ЗСА [Текст] / М. Марунчак. — Вінніпег, 1974. — 32 с.
17. Пояснене // Свобода (США). — 1902. — 22 мая.
18. Поспішіл Д. В. Східне католицьке церковне право. Згідно з Кодексом Канонів Східних Церков [Текст] / Д. В. Поспішіл. — Львів : Свічадо, 2006. — 616 с.
19. Руський єпископ в Америці // Нива. — 1904. — 1 липня.
20. ЦДІА України у Львові. — Ф.408 (Греко-католицький митрополичий ординаріат), оп.1, спр.734. Особові документи єпископа Ортинського Сотера Стефана (1891–1915), 10арк.
21. Сохоцький І. Українська Католицька Митрополія в Злучених Державах Америки [Текст] / І. Сохоцький. — Філадельфія : Архієпископська канцелярія, 1959. — 248 с.
22. Буля про новоосноване єпископство для американських русинів [Текст] // Нива. — 1907. — 1 листопада.
23. Митрополит Андрей Шептицький // Свобода (США). — 1910. — 25 серпня.
24. Кравченюк О. Початки Української Католицької Церкви в Америці [Текст] / О. Кравченюк. — Детройт : Накладом Детройтського комітету тисячоліття хрещення України, 1984. — 44 с.
25. Перша Українська Католицька Митрополія в Канаді. — Вінніпег, 1957. — 72 с.
26. Лаба В. Меморіал в справі основання греко-католицького єпископства в Канаді [Текст] / о. В. Лаба // Богословія. — 1926. — Т. IV. — Кн. 1–2. — С. 236–238.
27. Преосьв. Микита Будка в Канаді // Місіонарь. — 1913. — Цьвітень.
28. Borys W. Kościół katolicki wobec problemów życia religijnego społeczności ukraińskiej w Ameryce w koncu XIX i na poczatku XX w. [Текст] / W. Borys // Przemyskie Zapiski Historyczne. — 1988–1989. — № VI–VII. — S. 267–275.

Франків І. Я.

ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МИТРОПОЛИТА АНДРЕЯ ШЕПТИЦЬКОГО В ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕКИ НАД ЕМІГРАНТАМИ

Исследована роль митрополита Андрея Шептицкого в организации опеки над украинской эмиграцией. Описан его подвижнический труд, который оказывал огромное влияние на культурный, моральный уровень украинских работников и способствовал сохранению национальной идентичности украинцев в диаспоре.

Ключевые слова: диаспора, греко-католическая церковь, Андрей Шептицкий.

Frankiv I. Ya.

ACTIVITY OF METROPOLITAN ANDREI SHEPTYSKYI IN ORGANIZATION OF GUARDIANSHIP ABOVE EMIGRANTS

The role of metropolitan Andrei Sheptytskyi in organization of guardianship above Ukrainian emigration is investigational. His work that rendered enormous influence on the moral standard of culture of the Ukrainian workers and assisted maintenance of national identity of Ukrainians in a diaspora is described.

Key words: diaspora, Canada, USA, greco-catholic church, Andrei Sheptytskyi.

УДК 069:001.895(477.83)

Цимбала Ольга Стефанівна, старший викладач,
 Стаків Ольга Зіновіївна, студентка
 Львівський інститут економіки і туризму

ІННОВАЦІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОБОТІ МУЗЕЙІВ ЛЬВОВА

У статті описано ключові тенденції у роботі музеїв Львова. Охарактеризовано та проаналізовано основні інноваційні рішення, які музеї міста впроваджують у роботу. Виділено пропозиції щодо активізації роботи музеїв з метою залучення відвідувачів та зацікавлення музеїним продуктом туристів Львова.

Ключові слова: музей, галерея, інновація, музейний продукт, інтерактив, інфраструктура, туристична індустрія.

Туристична інфраструктура країни, регіону чи міста формується сукупністю закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів та місцевого населення. Невід'ємною складовою туристичного бізнесу є не лише організація перевезення, розміщення, харчування туристів, а й включення до програми туру знайомства з природою та історією, архітектурними пам'ятками, культурними особливостями регіону, міста чи села. Заклади культури та мистецтва виступають вагомою складовою туристичної інфраструктури, мають значний вплив на формування привабливості туристичного центру. Серед цих закладів особливу роль відводять музеям — важливим об'єктам культурно-пізнавального туризму.

Львів є одним із найбільш привабливих туристичних міст України саме завдяки великій кількості культурно-історичних пам'яток. Музеї Львова користуються попитом серед туристів. Так, у 2014 р. Інститут міста на замовлення Управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради провів соціологічне опитування серед туристів міста. Під час цього дослідження було виділено п'ять основних напрямків, які формують дозвілля туристів у Львові [5]. Результати яскраво демонструють, що поряд із екскурсіями містом, відвідуванням сакральних пам'яток та посиденьками у кафе/кав'ярнях і ресторанах, більше як половини туристів (60 %) включають до своєї програми перебування відвідування музеїв, галерей, що, закономірно, робить ці об'єкти важливими для розвитку туризму.

Вподобання респондентів представлено на рис. 1.

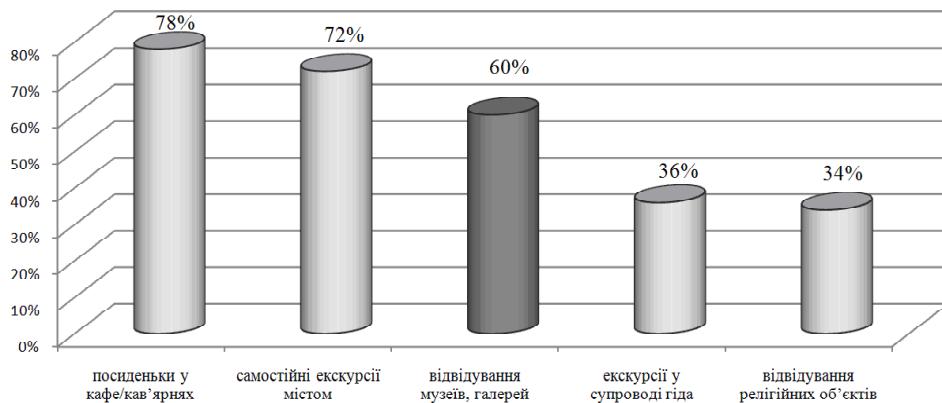


Рис. 1. Дозвілля туристів у Львові (за даними дослідження Інституту міста [5])

Розгалужена багатопрофільна музейна мережа Львова повинна бути осередком розвитку культури та дозвілля на туристичному ринку, а також відправною точкою для пізнання туристом Львова і Львівщини. Співпраця між музеями та індустрією туризму

життєво необхідна обом сторонам. Туристичні фірми розробляють різноманітні туристичні продукти, організовують багато екскурсійних програм, у маршрут яких включають відвідування музеїв. Найбільш цінним є ті музеї, які вміють на вимогу часу створити унікальний музейний продукт та презентувати його на туристичному ринку як невід'ємну частину туристичного продукту. Адже сучасний музейний світ наповнений величезною кількістю нових ідей, поглядів, технологій. Тому і перед музеями Львова постає завдання адаптуватися до вимог ХХІ ст., створити відкриту систему комунікації. Успішність вирішення цих проблем залежить від здатності музею генерувати і втілювати нові ідеї.

Враховуючи потужний туристичний потенціал Львова, особлива увага тут приділяється розвитку інновацій загалом, у тому числі й у музейному середовищі. Проаналізувавши діяльність львівських музеїв, можемо виділити наступні ключові аспекти інноваційних рішень:

- створення інтерактивних експозицій з використанням технічних засобів (планшетів, мультимедіа для демонстрації фільмів, презентацій);
- організація інтерактивних науково-освітніх та пізнавальних програм для дорослих і дітей: практичні заняття, уроки, лекції, семінари, презентації, конференції, концерти;
- проведення тематичних майстер-класів;
- проведення святкових, фестивальних програм;
- підтримка міжнародних та розвиток власних музейних заходів (міжнародна акція «Ніч в музеї» та фестиваль «Ніч у Львові»);
- розробка та впровадження театралізованих екскурсій;
- підтримка соціальних програм для людей з обмеженими можливостями;
- розробка веб-сайтів та створення 3D-панорам;
- участь у грантових проектах;
- розробка музейного бренду шляхом створення сувенірної музейної продукції;
- розвиток музейної інфраструктури та додаткових музейних послуг (сувенірні магазини, кав'ярні, дитячі кімнати, тантамарески*).

Сучасний світ настільки швидко розвивається, що ці тенденції вносять корективи і у музейне середовище. На зміну традиційній статичній експозиції приходять нові віяння, які «збагачують» музейний простір технічними засобами та, з їхньою допомогою, наповнюють цікавим динамічним змістом. З сучасного досвіду роботи львівських музеїв можна зазначити, що діюча виставка у Державному природничому музеї Львова має електронний супровід: поряд з музейними експонатами виставлені планшети, на яких тварини, комахи, риби чи птахи показані у природному середовищі. А у Львівському історичному музеї, який має цікаву колекцію старовинних годинників, на екрані показано роботу складних годинникових механізмів у дії. У Музеї Склла біля кожного експонату є таблиця із QR-кодом: за допомогою смартфону чи планшету можна його зчитати. Таким чином можна отримати основну інформацію про експонат без послуг екскурсовода, а лише навести телефон чи планшет на код і прочитати усю інформацію про експонат.

Цілий ряд музеїв обладнано мультимедійними засобами, які дозволяють переглянути тематичні фільми чи презентації і оживити процес сприйняття інформації. Так, під час екскурсії у Таємну аптеку можна подивитися фільм про історію фармації. Для відвідувачів Музею пивоваріння передбачена можливість переглянути відеофільм про «Львівську пивоварню» та відвідати дегустаційний зал. Одна з експозиційних зал Національного музею-меморіалу «Тюрма на Лонцького» обладнана стаціонарним мультимедійним пристроєм, де відвідувачам у режимі нон-стот демонструють кінохроніку, в якій зафіксовано стан в'язниці після відходу радянських військ зі Львова у кінці червня

* *Тантамареска* (від фр. *tintamarre*) — стенд для фотографування, зазвичай хардпостер або фігура зі спеціальними отворами (для рук, обличчя, ніг) із зображенням певного персонажа.

1941 р. У музеях Львова також пропонується показ документального кіно, зокрема у кінозалі Національного музею-меморіалу «Тюрма на Лоньцького» демонстрували програму Х мандрівного фестивалю документального кіно про права людини «Docudays UA», а Музей ідей традиційно проводить міжнародний фестиваль незалежного кіно «КіноЛев», який щорічно збирає сотні глядачів.

Музей Львова часто організовують роботу таким чином, аби процес пізнання ставав обов'язковим пунктом дозвілля, а водночас і навчання. Тому важливим напрямком інноваційної діяльності сучасних львівських музеїв є проведення науково-освітніх та пізнавальних програм для дорослих і дітей. Одним із найновіших музейних проектів Львова є проект «Канікули в НМЛ — "Нове життя давніх традицій"». Його виконавцем є Національний музей ім. А. Шептицького. Цей проект ініційовано з метою залучити до знайомства з музеєм та його колекцією дітей і молодь, показати, що вивчення історії українського мистецтва є цікавим, веселим і пізнавальним заняттям. Прогресивність інтерактивної програми полягає у впровадженні в теоретичні навчальні заняття елементів інтерактивної гри, а також слайд-показів, анімаційних фільмів за тематикою збірок Національного музею, майстер-класів, які відбуваються в творчій майстерні — справжній школі розмаїтих народних ремесел (вибійка, гравюра, ікона на склі, витинанка, ікона на дощці та ін.). Також у форматі культурно-освітніх програм у Художньо-меморіальному музеї І. Труша лише протягом 2014 р. реалізовано ряд цікавих проектів для дітей молодшого й середнього шкільного віку.

У Львівській національній галереї мистецтв ім. Б. Г. Возницького під час інтерактивної виставки «Діти і дітлахи» (грудень 2013 р.) було зроблено акцент на образ дитини в образотворчому мистецтві XVII–XX ст. та створено нестандартний підхід до презентації творів мистецтва: живопис супроводжували антикварні іграшки, лунала колискова в чергуванні із мелодіями з мульташок. Для підтримки уваги наймолодших поціновувачів прекрасного було організовано вікторини та інтерактивні ігри за тематикою творів. У березні 2014 р. стартував інтерактивний проект для дітей «Арт-вікенд» у Львівській національній галереї мистецтв, під час якого була проведена тематична екскурсія, присвячена дитячому портрету та майстер-клас для дітей. А в грудні 2014 р. у цьому ж музеї відбулося урочисте відкриття різдвяного мистецького проекту для дітей «Шлях сніговика від Миколая до Різдва» та святкового проекту «Різдвяна година в галерей», у рамках яких було представлено інтерактивну лекцію «Зима в живописі», вікторину з різдвяними пазлами, відео-ролик: «Образ Снігової баби в малюнках різних періодів, різних країн та художників», цікаві майстер-класи, де можна було зробити справжню різдвяну листівку та навчитись розписувати снігових баб.

Впровадження музейних інтерактивних уроків у навчально-виховний процес є актуальним для Національного музею ім. А. Шептицького, Львівської галереї мистецтв, Львівського природничого музею, Інтерактивного музею «Таємна аптека», Музично-меморіального музею Соломії Крушельницької. Музей «Таємна аптека» активно співпрацює з педагогами, які хочуть урізноманітнити викладання хімії у школі наочними експериментами у справжній алхімічній лабораторії музею. Таким чином відвідувачам музею дають змогу самостійно провести досліди алхіміків, відчути себе у ролі фармацевтів — та й загалом доторкнутися до сучасної музейної культури, де експозицію частково творять також і відвідувачі виставки. Крім уроків хімії в музеї «Таємна Аптека» організовано навчальні заняття з біології, географії та історії.

З метою приваблення до музею цільових аудиторій, поглиблення їх знань та формування позитивного іміджу установи окрім експозиційної діяльності, збереження та формування колекцій, музей часто проводяться презентації, конференції, лекції, концерти.

Державний природознавчий музей організовує найрізноманітніші події на природничу та музеологічну тематику: презентації книг, виставки актуального мистецтва, науково-популярні лекції, лекції з музеології. У рамках Фестивалю камерної музики в Музеї етнографії та художнього промислу проводиться концерт «Зимові вечори від Collegium Musicum». Музично-меморіальний музей С. Крушельницької є знаним осередком музичного життя міста, наукової та творчої роботи. До послуг відвідувачів в музеї представлений цикл лекцій «Львів музичний», «Львів театральний», під час яких слухачі можуть довідатися про музичне життя Львова. У програму перебування в музеї також може входити концерт камерно-вокальної музики. Окрім вечорів музики в «Музичному Салоні» Музею С. Крушельницької відбувається ретроспективний показ фільмів.

У музеях Львова вже традиційно можна відвідати різноманітні тематичні майстер-класи для дітей та дорослих. Серед найцікавіших варто виділити наступні: створення гравюри, розпис яворівської іграшки, малювання народної ікони на склі, виготовлення ялинкових прикрас, а також майстер-класи з писанкарства, бісероплетіння, лозоплетіння, гончарства, ковальства (табл. 1).

Таблиця 1

Тематика проведення майстер-класів у музеях Львова

Музей	Майстер-класи
Національний Музей ім. Андрея Шептицького	створення гравюри «Портрет Тараса Шевченка», створення вибійки (українські та кримськотатарські орнаменти), виготовлення тризуба в техніці бісероплетіння, розмальовування традиційної яворівської іграшки, малювання народної ікони на склі
Художньо-меморіальний музей Івана Труша	виготовлення писанки, крапанки, мотанки, «фаберже», велигодньої листівки в техніці квілінг, створення квіткових композицій в техніці «гофрування», кручення, аплікація, виготовлення композиції «Венеційська маска» в техніці крапання
Художньо-меморіальний музей Леопольда Левицького	створення ліногравюри, виготовлення листівки із улюбленою сакральною пам'яткою Львова, «Осіння гравюра на картоні», створення вертепних масок, графічних різдвяних листівок та зимового малюнку на тканині
Художньо-меморіальний музей Олени Кульчицької	виготовлення листівки різними техніками кольорового друку, виконання творчої копії кольорової гравюри О. Кульчицької у техніці трафаретного друку, виготовлення оригінальних іграшок, створення ілюстрацій до народних байок, виготовлення брошки-квітки із тканини, ляльок-оберегів, ялинкових прикрас
Музей історії релігії	виготовлення хрестиків із глини, ангелів із бісеру, створення власної ікони на склі, розмальовування писанок, крашанок, крапанок
Інтерактивний музей «Гаємна аптека»	майстер-клас для дітей «Створи свою книжку», майстер-клас для батьків — «Казкотерапія у роботі з дітьми»
Музей народної архітектури і побуту «Шевченківський гай»	писанкарство, лозоплетіння, гончарство, розмальовування печі, ткацтво, різьба по дереву, ковальське мистецтво, гра на народних інструментах, виготовлення пташок із найрізноманітніших природних матеріалів, виготовлення весільної атрибутики, ляльки-мотанок з сіна, тканини

Львів завжди вирізнявся прихильністю до традиційної української культури, саме тому святкування Різдва та Великодня наповнене тут особливим шармом. Щороку в Музеї народної архітектури і побуту проходить свято «Різдво в Гаю». Під час свята колядують гурти автентичного співу, відбуваються театралізовані дійства вертепів, театру тіней. Протягом святкових днів усі охочі навчаються плетінню дідуха, створенню ляльок-мотанок, різдвяних павуків з соломи, відвідують майстер-класи із ковальського мистецтва. Також в Гаю діє ярмарок, який частує відвідувачів численними різдвяними стравами. У рамках велиcodніх святкувань у цьому музеї відбувається етнографічний фестиваль

«Велика гаївка», де львів'яни та гості міста можуть ознайомитись з традиціями весняного циклу та взяти участь у великолітніх забавах. На головній сцені протягом всього дня звучать веснянки та гаївки, проводяться конкурси, аукціон писанки. Для найменших відвідувачів відкрито спеціальну галерею «Вербові котики», де діти можуть розважатись та пізнати народні звичаї.

На території Музею народної архітектури та побуту щорічно відбувається театральний фестиваль «Казка у гаю», присвячений Дню захисту дітей. На галереях музею оживають казки у виконанні учасників фестивалю — дитячих та юнацьких театральних колективів з різних міст та областей України. Особливим колоритом визначається і проведення Андріївських вечорниць, під час яких гості мають змогу поворожити, кидаючи чоботи, покусати калиту, осідлати кощобу та зробити збитки господареві, підвісивши фірту.

Нічні атракції стали ще однією туристичною цікавинкою Львова. Традиційно у місті двічі на рік проходить промоційно-туристична акція «Ніч у Львові», під час якої вночі храми, музеї, театри та інші заклади відкривають свої двері для відвідувачів. У межах фестивалю «Ніч у Львові» готуються різноманітні дійства, мистецькі програми, екскурсивні екскурсії. Львівський музей історії релігії запровадив перший практику нічних екскурсій. Для львів'ян з'являється нагода відвідати театралізовану костюмовану екскурсію «В гостях у Князя Лева» та дізнатися про таємниці підземелля Домініканського монастиря. Львівський історичний музей теж підтримує акцію, зокрема у музеї «Арсенал» відбувається реконструкція середньовічних лицарських боїв та майстер-клас з середньовічних танців, у Музеї скла — майстер-клас з виготовлення вітражу, в Італійському дворику — театралізоване вогняне дійство «Історія кохання львівських Ромео і Джульєтти», у Палаці Бандінеллі — театралізована екскурсія експозицією та концерт класичної музики. Ідею нічних екскурсій активно підтримує і Державний історико-культурний музей-заповідник «Личаківський цвинтар».

Щороку в світі відбувається акція «Ніч музеїв», приурочена до Міжнародного дня музеїв. Українські музеї приєдналися до акції у 2008 р. У місті-музей Львові ця акція теж займає чільне місце, зокрема Львівський Державний природознавчий музей НАН України організував програму «День-Ніч-2014», що мала на меті звернути увагу на екологічну просвіту як запоруку виховання відповідальних громадян. У цей час в музеї працював дитячий куточек, де волонтери разом з дітьми різного віку через мистецькі засоби пізновали різноманітний світ тварин. Ввечері можна було поринути у невідомий світ природи при перегляді фільмів. А на завершення до уваги відвідувачів програма «Третє дихання» — презентація моделей львівських дизайнерів. До програми «Ніч музеїв» у Музеї-меморіалі жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького» увійшли заходи із відзначення 60-річчя Кенгірського повстання та 70-их роковин депортації кримських татар із рідних земель.

Музеї, як осередки культури у громадах, мають бути готові прийняти будь-якого члена суспільства, адаптуючи музейне середовище і для осіб з обмеженими можливостями, усуваючи будь-які бар’єри, що можуть перешкоджати повноцінній участі осіб з інвалідністю у музейних програмах. Питання доступу інвалідів до музейних та культурних цінностей ще далеке від підходів у розвинених країнах світу. Однак наразі можемо зазначити деякі позитивні зрушенні у цьому, зокрема, проект «Музей без бар’єрів». Коаліція польських та українських музеїв для професійного обслуговування неповносправних відвідувачів. Чотири львівські музеї на початку вересня 2014 р. у Регіональному музеї міста Стальова Воля (Польща) підписали Угоду про наміри щодо співпраці в ході реалізації проекту «Музей без бар’єрів». Це дасть можливість готувати музейних працівників до обслуговування неповносправних осіб [16].

У Музеї історії релігії відбувся майстер-клас «Доторкнись до експоната» для учнів школи-інтернату з вадами зору. В експозиційних залах екскурсоводи детально описували експонати, а незрячі діти мали можливість потримати в руках глиняні вироби часів трипільської культури, вишиті рушники, чимало інших речей із фондою колекції музею. У Львівській національній галереї мистецтв ім. Б. Возницького відбулася виставка «Торкаючись — бачу», яка дає можливість незрячим «побачити» портрети кінчиками пальців. Захід «Торкаючись — бачу» заплановано як своєрідний експеримент, у рамках якого 12 живописних портретів з експозиції галереї мистецтв було відтворено в іншому, несподіваному матеріальному вимірі — скульптурі. Відтворення у скульптурі характеру творчої манери кожного з авторів портретів допомагає незрячій людині зрозуміти, у чому полягає різниця художніх стилів. Більше можливостей для людей з вадами слуху пропонує також «Таємна аптека», яка адаптувала відеогід для людей із вадами слуху. У музеї «Таємна аптека» у Львові показують фільм про історію аптеки «Під угорською короною» з сурдоперекладом.

Дуже важливим засобом популяризації музею сьогодні є мережа Інтернет — чимало музеїв мають свої веб-сайти. Важливим етапом є формування «он-лайнової» аудиторії музею за допомогою сучасних комунікаційних засобів. Для «он-лайн» аудиторії запрацювали сторінки багатьох музеїв у соціальних мережах (Facebook), акаунт на сайті «Музейний простір» [17]. Рейтинг популярності львівських музеїв серед музеїв України у соціальній мережі Facebook представлено у таблиці 2. У рейтингу об'єднані музеї різних профілів, музейні організації, видання та галереї, щоб можна було порівняти вплив на користувачів Фейсбуку. Для того, щоб потрапити до переліку 100 найбільш популярних, у грудні 2012 р. сторінка музею/галереї повинна була мати хоч одне вподобання («лайк»), у травні 2013 р. — не менше 57; у грудні 2013 р. нижній поріг — 140 «лайків». У таблиці

Таблиця 2
Найкращі музеї та галереї України 2013 (за рейтингом користувачів Facebook [4])

Місце 2013 грудень	Місце 2013 травень	Назва	21.12.2013	20.12.2012
1	1	Pinchuk Art Centre	14852	10793
2	3	Mysteskyi Arsenal	9726	5003
3	2	Ya Gallery	9208	—
4	4	Мамасва Слобода	5865	3873
5	new	Одесский историко-краеведческий музей	5320	—
6	6	Музей Івана Гончара	4557	2101
7	new	MyGallery	4333	—
8	5	National Art Museum of Ukraine	4314	2749
9	new	Одесский литературный музей	3341	—
10	9	САЛО Lviv Modern Art Museum	3328	1541
14	7	Національний музей у Львові імені Андрея Шептицького	2903	1970
45	71	State Museum of Natural History (Lviv)	815	101
63	59	Львівська національна галерея мистецтв / ЛНГМ. Відділ промоції	488 /552	131
64	53	Тюрма на Лонцького	482	148
78	81	Таємна Аптека. Інтерактивний музей	311	—
84	new	Музей народної архітектури та побуту у Львові. Шевченківський гай	249	—
86	87	Музей пивоваріння	228	80
91	85	Львівський музей історії релігії	174	37

ми представили лише ТОП-10 найпопулярніших музеїв та галерей України 2013 р. та залишили всі музеї Львова, які ввійшли до ТОП-100, із зазначенням місця у рейтингу.

Не стоять остонон львівські музеї і щодо питання розвитку власної інфраструктури та додаткових послуг. Зокрема, при багатьох львівських музеях діють сувенірні чи книжкові крамнички, де можна придбати сувенірну продукцію (у тому числі і з символікою музею, наприклад Музей пивоваріння, Львівський історичний музей, Таємна аптека, Аптека-музей). При окремих музеях діють кав'яні, зокрема після огляду виставки у Музей ідей можна перепочити у кав'яні «Трапезна», відвідувачі Музей пивоваріння можуть завітати до рестору «Хмільний дім Роберт Домса», який діє поряд у комплексі Львівської пивоварні, а відвідувачі Львівського історичного музею можуть випити чащечку запашної кави в Італійському дворику (тут кафе працює у літній період часу). Подібний заклад планує відкрити і Львівський національний музей ім. А. Шептицького. До послуг найменших відвідувачів у ЛНМ ім. А. Шептицького і у Музей етнографії та художнього промислу працюють дитячі кімнати. Музей пивоваріння заохочує відвідувачів не лише дегустаційною програмою та переглядом фільму, але й розробив тантамарески — спеціальні тематичні стенди для фотографування.

Орієнтуючи свою діяльність на відвідувачів, застосовуючи на практиці інноваційні рішення та нові ідеї, музеї Львова здатні стати жвавими осередками культурного обміну та платформою для спілкування. У місті формується активне музейне середовище, де відвідувачі, окрім пізнавальної інформації, мають можливість долучитись до участі у проведенні екскурсій, створити щось своїми руками. Відтак, актуальними є зусилля спрямовані на пошук сучасного музейного буття, реалізацію нових стратегій розвитку, впровадження інноваційних технологій. У цьому напрямку ще потрібно активно працювати на рівні районних музеїв Львівщини, які, на жаль, у більшості випадків, інноваційними креативними ідеями не можуть вразити свого відвідувача.

Музей є важливою складовою туристичної індустрії. Протягом останніх десятиліть у світі змінився погляд на роль музеїв у суспільстві. Актуальною проблемою музеїв стало прагнення утримати «планку» суспільної зацікавленості й популярності серед відвідувачів. Музеї функціонують не лише як скриньки артефактів, а й як заклади, які можуть надавати широкий спектр послуг, організовувати цікаве дозвілля, реалізовувати культурні та соціальні програми.

Поряд з інноваційними творчими підходами більшість музеїв Львова і особливо Львівщини повільно впроваджують віртуальні музейні продукти, новітні технології для створення анімованої та інтерактивної експозиції, потребують вдосконалення сайти окремих музеїв, спостерігається низький рівень впровадження додаткових послуг.

На сьогодні музеї як хранителі культурних цінностей і шедеврів мистецтва потребують інформаційної підтримки та ефективної реклами. Застосування комп'ютерних технологій — один з найефективніших способів для вирішення цих проблем. Піклуючись про власний імідж, у музеях створюються web-сторінки з детальною інформацією про експозиції. Однак, не у всіх музеїв Львова і Львівщини сьогодні є власні сайти. Українські поціновувачі мистецтва мають можливість відвідати віртуальний варіант будь-якого великого європейського музею і не в змозі насолоджуватись вітчизняними шедеврами у віртуальному світі, які теж є унікальними і неповторними.

Значна частина музеїв залишається поза увагою туристів через необізнаність про їхнє існування. У порівнянні із музеями у великих туристичних центрах Європи, львівським музеям не вистачає орієнтації на іноземного туриста. Це можуть частково виправити аудіогіди, які дозволяють прослуховувати екскурсію різними мовами. Однак,

львівські музеї таким досягненням ще не можуть похвалитися. Отже, серед основних пропозицій щодо активізації роботи музеїв можна виділити наступні:

- оновлення експозиції, розширення експозицій сучасного мистецтва;
- впровадження сучасних інформаційних технологій;
- забезпечення зовнішнього ознакування музеїв;
- підвищення стандартів сервісу в музеях;
- підвищення рівня володіння іноземними мовами серед екскурсоводів;
- розробка віртуальних екскурсій на веб- сайтах музеїв;
- створення музейного порталу Львова і Львівщини з необхідною інформацією про музей різними мовами;
- проведення заходів для інформування та промоції музеїв міста і регіону.

Узагальнюючи, варто зазначити, що інноваційні підходи в музеях є своєрідним поєднанням як технологічних так і сервісних новинок. Вони повинні використовуватися для підтримки попиту на музейні послуги, сприяти підвищенню рівня відвідування музеїв серед туристів міста і регіону та бути запорукою формування позитивного туристичного іміджу Львівщини.

Література

1. *Васильшин М. С.* Інноваційна освітня діяльність музеїв в Україні й Польщі [Текст] / Матеріали науково-практичної конференції «Музейна педагогіка — проблеми, сьогодення, перспективи» (Київ, 24–25 вересня 2013 р.) / Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник. — К. : НКПКЗ, 2013. — С. 15–17.
2. *Гриценко В.* Віртуальна екскурсія — важливий метод презентації музею [Електронний ресурс] // Військово-історичний меридіан: електронний науковий фаховий. — К. : Меморіальний комплекс «Національний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941–1945 років», 2013. — С. 116–122. Ч Режим доступу: http://vim.gov.ua/images/sbor/vim_Spec_2013.pdf.
3. Интерактивные и мультимедийные технологии в музее [Електронный ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ascreen.ru/projects/type/more.php?id=32>.
4. *Копитько О.* 100 кращих музеїв і галерей України-2013: рейтинг користувачів Facebook [Електронний ресурс] / Олексій Копитько. — Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/31822>.
5. Львів туристичний. Дозвілля туристів ТОП-5. Інфографіка Інституту міста [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.city-institute.org/Socio/tourism_2014.jpg.
6. Мережа та діяльність музеїв у 2013 р. // Експрес-випуск Державної служби статистики України від 09. 04. 2014 № 124/0/05.4 вн-14.
7. Музей гуртус: арт-терапевтичні сесії в музейному просторі для розбудови мікросоціуму особи з інтелектуальною недостатністю [Текст] : практичний посібник. — К. : Національний музей мистецтв ім. Богдана та Варвари Ханенків, ВГО «Коаліція», 2014. — 48 с.
8. *Найдюк О.* Голландські музеї та українські можливості [Електронний ресурс] // Динамічний музей. — 31.03.2014. — Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles/2014/03/31/142209>.
9. Потасмні мрії музейників стали реальністю [Електронний ресурс] // Динамічний музей. — 31.03.2014. — Режим доступу: <http://www.museums.org.ua/news/174>.
10. *Рутинський М. Й., Стецюк О. В.* Музейзнавство [Текст] : навч. посіб. — К. : Знання, 2008. — 428 с.
11. *Сосновська Т.* Недремне око інтернету [Електронний ресурс] // Музейний простір. — 7 лютого 2014 р. — Режим доступу: <http://prostir.museum/ua/post/32090#.UuoqIYiPBc8.twitter>.
12. Статистичний щорічник міста Львова за 2013 рік / Головне управління статистики у Львівській області. — Л., 2014. — 140 с.
13. *Трофименко Т. М.* Інтерактивні методи роботи з відвідувачами як різновид музейної комунікації (із практики Харківського літературного музею) [Електронний ресурс] // 18 Сумцовські читання: Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства. — Харків, 2012. — Режим доступу: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2012/article.html?n=5>.

14. Фролова А. Inside Explorer — система визуализации, меняющая восприятие экспонатов [Електронний ресурс] // Технологии и маркетинг для музеев. — 12.06.2014. — Режим доступу : http://mart-museum.ru/mart_articles/inside-explorer.
15. Хачатурова О. Динамічний музей: підсумки освітніх подорожей [Електронний ресурс] / / Динамічний музей. — 29.06.2014. — Режим доступу : <http://www.istpravda.com.ua/articles/53b71e2c62c04>.
16. Цебенко І. Музей без бар'єрів [Електронний ресурс] // Львівський музей історії релігії. — 19 вересня 2014. — Режим доступу : <http://www.museum.lviv.ua/novyny/9-novyny/306-muzei-bez-barieriv>.
17. Червоний Є. Музей та соціальні мережі: нові можливості та випробування [Текст] / Є. Червоний // Музейний простір. — 2013. — № 2. — С. 30–33.
18. Шевцов І. П. Майбутнє музеїв (інформаційний аспект) [Електронний ресурс] // 19 Сумцовські читання: Музей як соціокультурний інститут в умовах інформаційного суспільства. — Харків, 2013. — Режим доступу: <http://museum.kh.ua/academic/sumtsov-conference/2013/article.html?n=829>.

Цымбала О. С., Стаків О. З.

ІННОВАЦІОННІ ТЕНДЕНЦІЇ В РАБОТІ МУЗЕЕВ ЛЬВОВА

В статье очерченно ключевые тенденции в работе музеев Львова. Охарактеризованы и проанализированы основные инновационные решения, которые музеи города внедряют в работу. Выделено предложения относительно активизации работы музеев с целью привлечения посетителей и заинтересованности музеемным продуктом среди туристов Львова.

Ключевые слова: музей, галерея, инновация, музейный продукт, интерактив, инфраструктура, туристическая индустрия.

Tsympala O. S., Stakhiv O. Z.

INNOVATIVE TRENDS IN THE WORK OF THE MUSEUMS IN LVIV

The article outlines key trends in the work of the museums in Lviv. The major innovative solutions that museums introduce into their work are characterized and analyzed. Offers for the intensification of the museums work to attract visitors and tourists and to interest them with the museum product of Lviv are highlighted.

Key words: museum, gallery, innovation, museum product, interactive, infrastructure, tourism industry.

УДК 392.8:643.3:640.43(477)

*Самодай Валентина Петрівна, к. е. н., доцент,
Локоть Владислав Олексійович, студент,
Навчально-науковий інститут фізичної культури Сумського державного
педагогічного університету імені А. С. Макаренка*

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТРАДИЦІЙ ТА ЕТНІЧНОЇ КУХНІ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ

У статті проаналізовано використання національних традицій, впровадження високих стандартів та перспективи використання етнічної кухні у готельно-ресторанній сфері.

Ключові слова: національна страва,, ресторан, етнічна кухня, традиції.

Готельно-ресторанна сфера — це сфера людської діяльності, яка швидко розвивається та є однією з найбільш поширених видів малого та середнього бізнесу, тому між закладами та підприємствами індустрії гостинності безперервно точиться боротьба за найкраще розміщення на ринку і найбільш перспективні його сегменти; розшук нових і утримання постійних клієнтів. Вдосконалення спеціалізації та впровадження високих стандартів обслуговування використання традицій та етнічної кухні сприяє підвищенню конкурентоздатності підприємств у готельно-ресторанній сфері, популяризує національний бренд на світовому рівні та сприяє налагодженню різnobічних зв'язків між народами різних країн.

Ціла когорта науковців займалася теоретичними розробками зазначених питань, але актуальність дослідження зумовлена тим, що етнічна кухня — це справжнє мистецтво. Кожна національна кухня — складова цього мистецтва. Саме тому, розглядаючи сучасну кухню у всій своїй красі будемо опиратися на японську і українську кухню — кухні, які не поступаються жодній національній кухні світу і дійсно є поживними і різноманітними, та можуть бути віднесені до одних з кращих світових кухонь.

Мета дослідження: виявити перспективу використання національних традицій та етнічної кухні у готельно-ресторанній сфері.

Питаннями перспектив розвитку етнічної кухні та національної тематики в туризмі займалися Архіпов В. В., Бусигін А. П., Здобнов О. І., Мицько М. А., Русанов І. В., Федорченко В. К., Циганенко В. О. та ін. Виходячи із аналізу літературних джерел можна трактувати, що головним елементом туристичної галузі України є готельне господарство, з невід'ємним симбіозом — ресторанною індустрією. В майбутньому ці складові повинні стати головним чинником активізації туризму, інтеграції країни на міжнародному та світовому рівні інтернаціонального співробітництва, зростання значущості державної культури [1].

Щодо розвитку етнічної кухні в туризмі слід зазначити, що по-перше етнічні ресторани з'являються тому, що деякі види кухонь не сприймаються без певної обстановки. По-друге, тому що занурення в які-небудь національні традиції — один з методів залучення споживача. За рахунок певних звичаїв, традицій полегшується сприйняття закладу. Уже тільки за назвою етнічного ресторану споживач може припустити, яке там меню, який інтер'єр і взагалі чого очікувати від відвідування. Короткої характеристики закладу досить, щоб мати уявлення про заклад. У такий спосіб шлях споживача до ресторану коротшає, тому що концепція ресторану є зрозумілою споживачеві. Фактично, етнічний ресторан у багатьох випадках є виграшним для ресторатора, якщо певна етнічна кухня дійсно популярна в місті й реалізація ідеї відповідає заявленому етнічному напрямку.

Оберігаючи найкращі традиції національної кухні, ресторани є візитною карткою гостинності міста, певною формою проведення дозвілля і спілкування. В цілому всі ресторани різняться один від одного своєю манерою: представляються різні національ-

ності зі своїми традиціями, фортеці та замки епохи лицарських турнірів і т. д. Однак головне, що створює престижність закладу — це фірмові страви і майстерність кухарів, обслуговування, інфраструктура, прийоми гостинності.

Предметна кваліфікація головного виробництва виконується не лише в напрямі «Fast Food», вироби з борошна, страви з курки, але й зі спрямуванням «екзотики, морепродуктів, вегетаріанства, релігії, здоровий спосіб життя» та інші. Цей ринок представлено такими регіональними підприємствами: «Шалена шкварка», «Chelentano», «Портопіно», «Pizza Hut», «Млин», «Околиця», «McDonalds», «Колиба», «Хуторок», «Express pizza», «Viva Olive» та інші.

Ресторани, які виникли упродовж останніх 5 років, умовно можна поділити на 3 групи: національні (в широкому обсязі представлена національна кухня народів; інтер'єр включає складові національного декору, етнічні предмети); з предметною кваліфікацією, швидкого сервісу; тематичні (або концептуальні, тому що формувалися «під ідею», за певною концепцією); без точної спрямованості [2].

Ресторани, в яких відтворюється цивілізація певних народів, в тому числі і кулінарна, отримали суттєвий розподіл, їх можна віднести до етнічних ресторанів. Це ресторани держав Сходу (японські, китайські, індійські, тайські і т. д.), латино-американські (мексиканські, кубинські, бразильські і т. д.), Європи (французькі, італійські, німецькі та інші), держав СНД (грузинські, казахські, молдавські, узбецькі) і тому подібне. При їх розробці приділяється увага незвичайності національного кулінарного мистецтва, архітектурно-художнього конструювання будівель, приміщень, дизайну, національного посуду, етнічних аксесуарів і т. д.

Особливої популяризації набирає японська кухня, тому що, не кожен пересічний споживач має можливість відвідати країну висхідного сонця і відчути самобутність і екзотичність цього регіону. Численні страви, вигадані, продумані і незвичайні, приголомшливо чудово розкладаються на різних за розміром тарілочках, блюдцях, підносах і в чащечках, спеціалізовано призначених для того або іншого блюда. Навіть виник міф, щодо японських страв, ніби то вони готуються більше для очей, ніж для споживання. Будь-яка страва подається в спеціально призначенному посуді. На одну тарілку викладається окремо рис, на іншу — риба, на третю — соус. Для паличок є окрема підставка. На критий стіл зобов'язаний виглядати багатим і розкішним — спеціальне оформлення страви для корінного японця не найменш принципово, ніж її присмак.

При розробці набору страв слід врахувати, що асортимент має бути широким. Ніяких харчових обмежень в японській кулінарній культурі. Вони вживають всю істівну флору і фауну власного регіону. Японська кухня надзвичайно самобутня, бо викликає значний ентузіазм у гостей ресторану. Для приготування страв широко використовують рис та продукти моря. Рис в основному готують на пару, а рибу та м'ясо в більшості випадків смажать, при цьому процес смаження виконується з використанням потужного вогню і досить скоро, що сприяє збереженню смакових і харчових властивостей. Жителі країни висхідного сонця широко вживають сир, рибу, морепродукти (креветки, молюски), так названа сантімі, приправлений чорним соєвим соусом (сеую), а ще краби, кальмари, восьминоги, морську капусту та інші водорости. Найекзотичнішим продуктом японської кухні є молоді пагони бамбука. В японській кухні використовують ще м'ясні страви, страви з птиці, проте істотно рідше, ніж з вищено званих продуктів. Окрім рису, в якості гарніру широко вживають різні види локшини — удон, соба та інші, відомі ще страви з яєць.

Популярними серед овочів є — морква, огірки і дайкон (бліносіжкий редис). Овочі, жителі країни, їдять в сирому вигляді, в обсмаженому і в клярі. Вони надзвичайно обожнюють перші страви, проте їдять їх малими дозами (обсягом не найбільше 250 мл) — але тричі на день, при цьому перевага віддається бульйонам і пюреоподібним супам.

Діапазон алкогольних напоїв не є надзвичайно великим. Відомим є «саке» (рисове вино), що на сьогодні є для них національним. Ще відомо вино зі сливи (плюм) і біле вино (чоя). Пиво в Японії найвищої якості і надзвичайно цінується. Вживання мінеральних вод не популяризується, хоча країна багата природними мінеральними джерелами.

Споживання їжі у японців здійснюється за певним обрядом: слідуючи йому, стають на коліна або сідають на рогожу, білими серветками витирають лице і руки і лише тоді занурюють палички у фарфорові чашки з їжею, які просвічуються. Ложки не використовуються. Тверду їжу їдять паличками, а водянисту п'ють. Палички є зі слонової кістки, срібні, пластмасові, дерев'яні, однак більш поширені з бамбука і пластмаси. Вони звичайні у виготовленні, дешеві і гігієнічні. Після одноразового застосування споживачі викидаються.

У японському ресторані можна атрактивно показати гостям мистецтво чайної церемонії, яка повинна проходити в скромно оформленій кімнаті, прикрашений «токономом» (каліграфічний суворий).

Відповідно тільки — чайної церемонії, що сформувалася в країні висхідного сонця на початку XVII століття, власник, застосовуючи чайні аксесуари, готове для відвідувачів «густий чай» (коіті), заливаючи кип'ятком змолоте в порошок листя зеленого чаю (маття), збиваючи напій до появи піни бамбуковим віночком. Пізніше між власником і гостями виникає повільна розмова на різні теми, в ході якої гості розцінюють оздоблення чайної світлиці, властивості та гатунок посуду і тому подібне. Час від часу після «густого чаю» проводиться дегустація «рідкого чаю» (усутя).

Коли власник, прибравши всі чайні принадлежності, не кажучи ні слова кланяється, церемонія вважається завершеною [6].

Етнічні ресторани відрізняються тим, що намагаються якомога максимально дотриматись етнічних звичаїв певного народу: не лише в меню, а й в інтер'єрі, одязі персоналу, музичному супроводі, навіть у назві закладу. Так для українських ресторанних закладів з національною тематикою характерний ряд аспектів які вирізняють українські ресторани від етнічних закладів інших народів (рис. 1).



Рис. 1. Етнічні аспекти українських національних закладів ресторанної індустрії

Щоб називатися етнічним рестораном, одного меню недостатньо — потрібно, щоб всі складові відповідали концепції стилю. Якщо цього не відбувається, споживачі мають всі шанси елементарно не сприймати такий заклад. Наприклад, якщо в ресторані сучасний стиль інтер'єру і при цьому демонстративно підкреслена українська кухня, такий ресторан не лише неможливо назвати етнічним, його концепція знаходиться в стані дисонансу. Виникає це тому що деякі види кухонь автоматично обумовлюють певні концептуальні рішення, зокрема, інтер'єр і екстер'єр, форму персоналу, навіть посуд і прилади [3].

Етнічна кухня — це сміливe, але гідне рішення. Одним із шляхів для створення інтер'єру може послужити будь-який етнічний стиль — японський, середземноморський, африканський, єгипетський або будь-який інший. Повної автентичності стилю, втіленого на кухні, домогтися практично неможливо, тому потрібно прагнути до максимуму відповідності.

Слід відзначити, що на сьогоднішній день в багатьох країнах світу, в готельно-ресторанній сфері, візитними картками закладів стали саме етнічні кухні. З кожним роком, популяція таких закладів зростає. В процесі обслуговування туристів, відбувається знайомство з традиціями, культурою, звичаями, обрядами.

Отже, будь-який ресторан етнічних кухонь має свою специфіку, оскільки у світі є багато народів, кожен з яких має свої традиції, свої уподобання і навіть інгредієнти для страв. Також, щоб ресторан дійсно відповідав специфіці етно, потрібно, щоб він мав не лише етнічну кухню, а й інтер'єр, екстер'єр та уніформу персоналу та його гостинність, які підкреслювали національну культуру, в честь якої був відкритий ресторан.

Література

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства [Текст] : навч. посібн. / В. В. Архіпов. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 280 с.
2. Волкова І. В. Ресторанний. З чого почати і як процвітати [Текст] / І. В. Волкова, Я. И. Миропольский, Г. М. Мумрікова. — М. : Флінта, 2006. — 184 с.
3. Єфімов С. Л. Ресторанний бізнес: технологія успіху [Текст] / С. Л. Єфімов, Л. С. Кучер. — Вид. 3-те. — М. : Росконсульт, 2007. — 512 с.
4. Пересічний О. В. Готельно-ресторанний бізнес, стан та перспективи розвитку [Текст] / О. В. Пересічний. — Вид. 3-те. — К. : Знання, 2007. — 245 с.
5. Солдатенков Д. В. Сучасний ресторан: нові формати [Текст] / Д. В. Солдатенков. — М. : Ресторанні відомості, 2006. — 144 с.
6. Середа І. В. Смак Азії: кухні Китаю та Японії [Текст] / І. В. Середа. — Х. : Аргумент Принт, 2014. — 73 с.
7. Шок Патті Д. Маркетинг ресторанного бізнесу [Текст] / Д. Шок Патті, Боуен Джон. — М. : Ресторанні відомості, 2005. — 234 с.

Самодай В. П., Локоть В. А.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ И ЭТНИЧЕСКОЙ КУХНЯ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ СФЕРЕ

В статье проанализировано использование национальных традиций, внедрение высоких стандартов и перспективы использования этнической кухни в гостинично-ресторанной сфере.

Ключевые слова: национальное блюдо, ресторан, этническая кухня, традиции.

Samodaj V. P., Lokot V. O.

**PROSPECTS NATIONAL TRADITIONS AND ETHNIC CUISINE IN THE
HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

The article analyzes the use of national traditions, implementation of high standards and prospects for the use of ethnic cuisine in the hotel and restaurant sphere

Key words: the national dish, restaurant, ethnic cuisine and traditions.

Розділ 7.
РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ

УДК 379.851(075.8)

Цимбалюк Микола Федотович, к. с.-г. н., доцент,
Цимбалюк Віктор Миколайович, к. с.-г. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

**ДЕЯКІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ ГОСТИННОСТІ
У СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ**

У статті подаються диференції сільського туризму та його складових: гостинний та агротуризм, види концепції туризму, описується пам'ят, обладнання для релаксації, технологія релаксації.

Ключові слова: гостинність, концепція, сільський туризм, агротуризм, гостинний туризм, пам'ят, технологія.

Сільський туризм в останні роки набуває пріоритетного розвитку за рахунок рекреаційного потенціалу села, етнокультурної самобутності, стимулювання малого підприємництва, занятості населення. За даними ВТО сільський туризм є одним із секторів туристичної індустрії. А відпочинок ту селі займає від 7 до 20 % загального обсягу туристичних прибуттів.

Питанню розвитку сільського туризму приділяли значну увагу ряд досліджень як в Україні так і в Львівській області. Це В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько, М. Й. Рутинський, а агротуризму Львівська школа економістів-аграрників Г. В. Черевко, В. В. Липчук, Г. І. Шимечко та інші, які розробили організаційні та методологічні засади розвитку цього альтернативного виду туризму. Однак на нашу думку ще є неточності в дефініції складових туризму. Часто до слова сільський туризм додається слово зелений, що на нашу думку це є бренд його. Якщо в складових сільського туризму прийнято виділяти агротуризм, то друга складова його — це гостинний туризм, яка мало використовується, хоча ним більше займаються власники домогосподарств, ніж фермерські господарства. До того ж в концепції розвитку сільського туризму мало уваги приділялось технологічному виду концепції, що зумовлює недостатній асортимент послуг на селі.

Завданням було обґрунтувати дифініцію складових сільського туризму та надати порівняльну оцінку гостинного та агротуризму, а також обґрунтувати доцільність комплексного впливу позитивних чинників на організм та представити це певною технологією.

Концепція в туризмі — це сукупність наукових поглядів на сучасний стан та перспективи окремих напрямків розвитку туризму [7]. В масовому туризмі це цілий ряд таких напрямків: починаючи з окремих програм розвитку до міжнародного обміну через технологію, управління, маркетинг. В основі туристичної діяльності є процес обслуговування, який виражається в певних діях на задоволення туристичних потреб туристів в місцях відпочинку. Завершальним етапом цього процесу є соціально-культурні або матеріальні послуги, а також готовий туристичний продукт або інформаційна послуга. Звичайно на першому місці є послуги гостинності, як важлива основна потреба туриста в задоволенні життєвих потреб організму.

Гостинність походить від слова (hospitalitu), що характеризує споживчу вартість послуги, за яку турист готовий оплачувати. За даними Лукянової Л. Г. [2] гостинність в масовому туризмі є детермінантою сфері послуг і має наступні складові:

- гуманітарна складова, що виражається певними процесами обслуговування та якістю їх надавання; він виражається принципом «клієнт завжди правий»;
- технічна складова, що відповідає певним нормативним, комфортним, ергономічним та функціональним вимогам, тобто повинна бути певна фізіологічна доцільність клієнту;
- комерційна складова, що проявляється ціною, а послуга може повторюватись, якщо вона доступна для споживача.

Послуга завжди витуває важливою ознакою напрямку розвитку туризму, що виражається туристичною діяльністю. Вона може бути направлена на наступне вирішення завдань [7]:

- підвищення якості послуг;
- підвищення культури та впровадження якісного обслуговування;
- організація нових послуг;
- усунення відмінностей у забезпечені послугами в різних містах та регіонах;
- раціональне розміщення підприємств, що надають послуги;
- доступність послуги для населення;
- удосконалення вивчення потреб та попиту на послугу;
- підвищення змісту програм обслуговування, обміну тощо;
- розробка раціональних схем розвитку туризму;
- підготовка спеціалістів для сфери туризму.

Сільський туризм як альтернатива міському, масовому туризмі, виник в результаті зміни туристичній моді або концепції трьох «S» (Sun–Sea–Sand) — сонце, море, пісок в концепцію трьох «L» (Landscape–Lore–Leisure) — пейзажі, традиції, дозвілля.

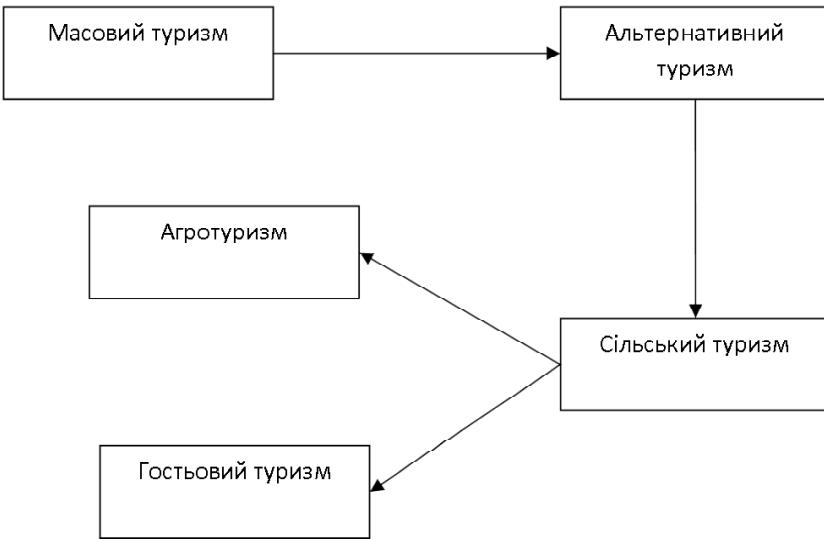
Є багато диференцій сільського туризму, які по суті однакові, але доповнюють одна одну. На нашу думку сільський туризм (rural tourism) — це альтернативний вид масового туризму, вид рекреації на сільських територіях, який використовує природний, культурний та матеріальний потенціал регіону і передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських підприємств, народних промеслів, а також місць з обслуговування туристів. Він пов’язаний із туристичною діяльністю на селі, сільським будинком І середовищем та діяльністю селян з надання послуг для відвідувачів, а також організацією участі в сільськогосподарських роботах. Він складається із сільського гостинного туризму та агротуризму.

А сільський зелений туризм — це як бренд сільського відпочинкового туризму, його природне середовище, характерне у весняно-літній період і має проекологічний аспект та екологічну орієнтацію.

Сільський гостинний туризм — це відпочинок у сільській місцевості, що забезпечує спокій на первозданній природі, близький контакт із навколішнім середовищем та місцевим населенням і його культурою, виступаючи окремою формою сільського туризму. В сільському гостинному туризму суб’єктом є власники домогосподарства, а об’єктами є сільська гостинна квартира або будинок, а атракцією виступає сільське середовище, до якого можуть долучатися інші домогосподарства та туристичні ресурси на селі. Його можна ототожнювати з польським терміном «господарська гостинність».

Агротуризм (agritourism) — відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм таким чином виступає однією з форм сільського відпочинкового туризму. В агротуризмі господарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста.

На нашу думку місце гостинного туризму в класифікації сільського туризму та загальному масовому туризмі можна представити такою схемою:



*Таблиця 1
Порівняльна оцінка гостинного туризму та агротуризму*

Показники	Гостинний туризм	Агротуризм
Території	Сільські території та середовище	Сільські території і фермерське середовище
Суб'єкти діяльності	Сільські домогосподарства	Фермерське господарство
Об'єкт привабливості	Сільський гостинний будинок	Фермерський будинок
Основні послуги	Розміщення і харчування	Розміщення і харчування
Додаткові послуги	На замовлення у домогосподарствах	На замовлення у фермерських господарствах
Атракції	Події заходи в сільському середовищі	Події заходи в сільському середовищі і участь у фермерській діяльності

Власна розробка

Резерви гостинного туризму більші ніж аграрного. Дослідження показують, що в адміністративних районах Львівщини є 20–30 % домогосподарств, які мають всі комунальні вигоди і можуть забезпечити повний побутовий комфорт туристів [12]. окремі будинки в них не заселені або пустують кімнати, які можуть здаватись в оренду туристам. А фермерських господарств мало, а звідси і можливість прийняти туристів в них не досягає й 10 % [3].

Гостинність в гостинному туризмі представлена в основному гуманітарною та комерційною складовою, а технічна і тим більш технологічна складова відсутня. Це зумовлено тим, що селянин в цілому ряду поколінь працював на землі, а сфера туристичної діяльності для нього нова і не може бути основною так як він займається сільсь-

когосподарським виробництвом. В зв'язку з цим домогосподарства гостиного туризму потребують певного дорадництва, рекомендацій та навчання. В сільській місцевості для потомствених селян і то існують інститут сільськогосподарського дорадництва.

Враховуючи нагальну потребу в розширенні асортименту послуг в гостиному туризмі сільської місцевості нами пропонується кімната для релаксації, яка може використовуватись для пасивного відпочинку самих натруджених селян та може надаватись як послуга для туристів і використовуватись як кімната для релаксації і психолого-реабілітації, особливо для осіб з поствоєнним синдромом [13, 14]. Чинники позитивного впливу на організм нами підбирались з урахуванням досягнень науки та передового досвіду з фізичної та психологічної рекреації. Це кольори, звуки, аероіонізація, ароматерапія, фітотерапія та контрастні фітовани.

Нами для надання туристам послуги з релаксації та реабілітації організму використано біологічне явище синергізму, що підвищують кінцевий ефект за рахунок використання чинників односпрямованої дії кольору, звуку, мікроклімату.

Крім цього в нашому способі оздоровлення має місце також явище антагонізму, коли поєднується дія двох взаємно протилежних чинників: горячої фітованні та прохолодного душу.

Позитивний ефект способу позитивного дії на організм шляхом комплексного впливу різноманітних чинників підтверджується дослідженнями різних напрямків в біології. Так комплекс електрофізичних факторів (інфрачервоне та ультрафіолетове опромінення разом з іонізацією повітря) покращує мікроклімат приміщенъ [9, 10, 11, 15], теорію і практику раціонального повноцінного харчування за рахунок різноманітності харчових продуктів в раціоні [5], а також комплексними підходами в профілактиці та лікуванні, де поєднується використання фармакологічних препаратів, дієтичного харчування, лікувальної фізичної культури та фізіотерапії і ароматерапії [1, 4, 8]. Схема кімнати для релаксації представлена на рис. 1.

Обладнанням такої кімнати для релаксації є:

- інтер’єр стін та стелі у вигляді лісу, де за допомогою часового механізму коливається лампочка і створюється ефект руху гілок на стінах;
- магнітофон, за допомогою якого відтворюються звуки шуму лісу, співу птахів, що змінюються легкою класичною музикою і може бути також світломузика;
- поєднання місцевого і загального освітлення зеленим та голубими кольорами, що створює колір неба;
- застосовується фітovanа з контрастним душем та фіточай на вибір клієнта;
- по середині кімнати є продовговатий стіл для клієнтури по сторонах якого є крісла для релаксу;
- на столі є фіто меню і електричний чайник, побутовий аероіонізатор повітря та аромаменю з аромалампами;
- по під стіни розміщені крісла-качалки для тренінгу вестибулярного механізму вух;
- в куті розміщений акваріум, в якого вміщається 100 л. води і плавають риби, а по середині його є фонтан, звідки вода падає на чашу і створює ефект водоспаду та збагачує воду на кисень, що дуже важливо для життєдіяльності риб;
- на веранді є крісла для після процедурного відпочинку,шкафчик для зберігання термометра, електронного тонометра та журналу для обліку фізіологічних показників стану організму. Технологією передбачено така послідовність операцій:
- сприймають фіто ванну температурою води 38–39 градусів тривалістю 20–30 хв. з контрастним душем кімнатної температури до 20–25 градусів;
- відпочивають за столом в кріслі для релаксу тривалістю 50–60 хв;
- під час відпочинку включають запис звуків природи та легкої класичної музики, можна застосовувати світломузику впродовж періоду релаксу;

Масштаб 1:100

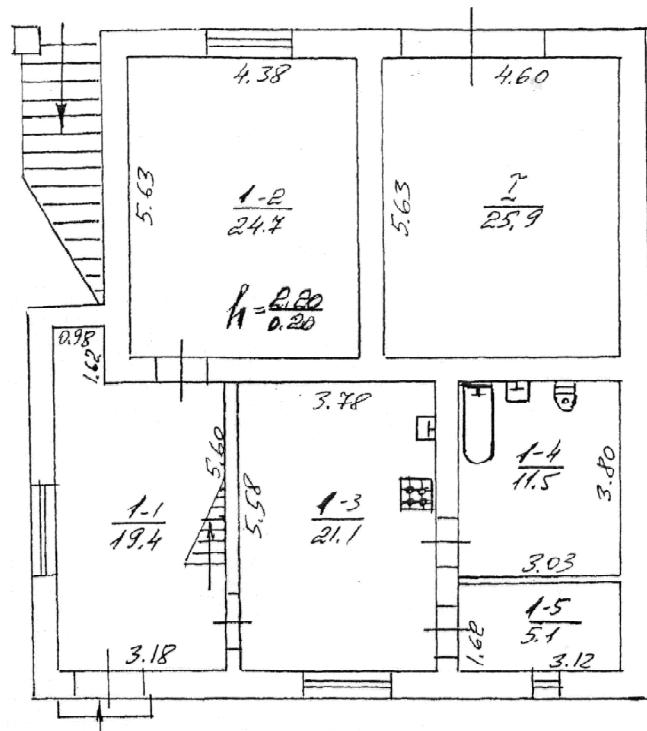
Цокольний поверх

Рис. 1. Розміщення кімнати для релаксації в цокольному поверсі
(1.1. веранда; 1.2. кімната для релаксації; 1.3. кухня; 1.4. ванна)

- п'ють фіто чай за вибором пацієнта;
- включають аромалампи за вибором із аромаменю тривалістю 20–30 хв;
- включають побутовий аероіонізатор повітря впродовж періоду релаксу, до 60 хв;
- після всіх процедур качаються в кріслі-качалці впродовж 20 хвилин.
- до і після процедур проводять оцінку стану організму за температурою тіла, частотою дихання та пульсу, а також тиску електронним тонометром.

Із трьох напрямків розвитку туризму (гуманітарний, комерційний та технологічний) в сільському туризмі недостатня увага надається технологічному напрямку. Це зумовлено тим, що для селянина туристична діяльність є новою сферою і на селі не існує інституту дорадчої туристичної служби, що передбачено чинним законодавством в сільській місцевості. В терміні сільський туризм не потрібно вживати слово зелений, оскільки воно є брендом його, а складається сільський туризм із агротуризму та гостинного туризму. Суб'єктами тут виступають відповідно фермерські господарства та домогосподарства. Різниця між ними є лише в атракціях, якими для туристів є фермерське господарство та технології. З метою розширення асортименту послуг в сільських гостинних будинках нами пропонується наукова інновація у вигляді патенту релаксації в окремій кімнаті з метою надання комплексної послуги для фізичної та психологічної реабілітації в окремій кімнаті. Для вирішення поставлених завдань вона обладнана пристроями з одночасним впливом на організм комплексу факторів :кольору, звуку , запаху, аероіонізації повітря, арома та фітотерапія і контрастні ванни, які можна впровадити в кімнаті квартири, сільської оселі, номері готелю. До неї розроблена технологія комп-

лексного впливу на всі рецептори організму, що забезпечує загальний оздоровчий ефект організму та фізичну та психологічну релаксацію. При цьому пропонується оцінка стану організму за окремими клінічними показниками: частота дихання, пульсу та тиску.

Література

1. Горобець М. О., Западнюк В. Г., Захарія А. В., Горобець Н. М. Фітотерапія хвороб дитячого віку [Текст]. — Тернопіль : ТДМУ, Укрмедкнига, 2008. — 407 с. — ISBN 978-966-673-129-9.
2. Лукянова Л. Г. Освіта в туризмі [Текст] : навч.-медот. посіб. — Київ : Вища школа, 2008. — 718 с. — ISBN 978-966-642-359-X.
3. Липчук В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку [Текст] / В. Липчук, Н. Липчук. — Львів : Сполом, 2008. — 160 с.
4. Солдатченко С., Кащенко Г., Пидаев А. Ароматерапия (профилактика и лечение эфирными маслами) [Текст]. — Симферополь : Таврия, 2005. — 350 с.
5. Справочник по диетологии [Текст] / Под ред. А. А. Покровского, М. А. Самсонова. — Москва : Медицина, 1991. — 700 с.
6. Фізична рекреація [Текст] : навч.посіб. / Авт. ког. Приступа С. Н., Жданова О. М., Линець М. М., та ін. — Львів : ЛДУФК, 2010. — 447 с.
7. Федорченко В. К. Туристичний словник-довідни [Текст] : навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. М. Мініч. — Київ : Дніпро, 2000. — 156 с. — ISBN 5-308-01752-2.
8. Швед І. Терапія [Текст]. — Київ, 2010. — 648 с.
9. Финогенов С. Н. О механизме действия аэроионизации и гидроаэроионизации в медицине [Текст]. — Ташкент, 1992. — 121 с.
10. Цимбалюк М. Ф. Роль комплексного впливу електрофізичних факторів (інфрачервоного, ультрафіолетового опромінення та іонізації повітря) на формування мікроклімату [Текст]. / Вісник с.-г. наук. — Київ, 1998. — № 6. — С. 52–54.
11. Цимбалюк Н. Ф. Помещение с использованием комплекса электрофизических факторов (ультрафиолетового и инфракрасного облучения и ионизации воздуха) [Текст] : Авторское свидетельство, № 1654034, СССР, Бюл. № 20, 1992.
12. Цимбалюк М. Ф. Динаміка деяких чинників культурного середовища сільської місцевості в постреформний період в контексті розвитку сільського туризму на Львівщині [Текст] / І. О. Бочан, М. Ф. Цимбалюк, В. М. Цимбалюк, зб.матер. міжн. наук.-практ.конф. // Збалансований розвиток туристичних регіонів: національний і світовий розвиток (25–26 квітня 2013 р). — Львів, 2013. — 459 с.
13. Цимбалюк М. Ф. Способ релаксації в окремій кімнаті домогосподарств, зайнятих сільським туризмом, а також в готельних та санаторно-курортних закладах [Текст] : Патент / М. Ф. Цимбалюк, В. М. Цимбалюк, П. М. Цимбалюк. — Бюлєтень патентів, № 12, 2015.
14. Цимбалюк М. Ф. Способ релаксації в окремій кімнаті домогосподарств, зайнятих сільським туризмом, а також в готельних та санаторно-курортних закладах [Текст] : Патент / М. Ф. Цимбалюк, В. М. Цимбалюк, П. М. Цимбалюк. — Патент на корисну модель. № 99851. Зареєстровано в Держреестрі патентів України від 25.06.2015 р. — 2 с.
15. Шилкін А. А. Аэроионный режим в гражданских зданиях [Текст]. — М. : Стройиздат, 1998. — 168 с.

Цымбалюк Н. Ф., Цымбалюк В. Н.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КОНЦЕПЦИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В СЕЛЬСКОМ ТУРИЗМЕ

У статье подаются дефиниции сельского туризма и его составляющих: гостевой и агротуризм, виды концепции туризма, патент, оборудование для релаксации, технология релаксации.

Ключевые слова: гостеприимство, концепция, сельский туризм, агротуризм, гостиничный туризм, патент, технология.

Tsumbaluk N. F., Tsumbaluk V. N.

SOME ASPECTS OF HOSPITALITY CONCEPTS IN RURAL TOURISM

The article serves dyfenitsiyi rural tourism and its components: a guest and agritourism, types of tourism concepts, patent, equipment for relaxation, relaxation technology.

Keywords: *hospitality, concept, rural tourism, agrotourism, guest walk, patent technology.*

УДК 911.3:338.48:502.4

Безручко Любомир Степанович, к. геогр. н., доцент,
Львівський інститут економіки і туризму

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ ТЕРИТОРІЙ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ (НА ПРИКЛАДІ ШАЦЬКОГО НПП)

Проаналізовано підходи до визначення рекреаційної ємності території. Запропоновано методичний підхід визначення рекреаційної ємності території природно-заповідного фонду. Визначено рекреаційну ємність природних територіальних комплексів Шацького НПП.

Ключові слова: рекреаційна ємність, природно-заповідна територія, Шацький національний природний парк, технологічна рекреаційна ємність.

Активне використання природних ресурсів у рекреаційно-туристичній діяльності спричиняє негативні зміни природних територій. Ці негативні наслідки виражаються в ущільненні ґрунту, знищенню рослинного покриву, забрудненню водоймищ, засміченню територій. Негативним також є виникнення психологічного дискомфорту для рекреантів внаслідок надмірної кількості відпочиваючих на незначній території. З метою уникнення таких негативних навантажень проводиться визначення рекреаційної ємності території, що дозволяє обмежувати надмірний вплив туристів на територію. Особливо актуальне це питання, коли йде мова про природно-заповідні об'єкти, господарська діяльність у яких повинна суворо регламентуватись.

Згідно твердження Н. Фоменко, рекреаційна ємність — здатність території, призначеної для відпочинку, забезпечити деякій кількості відпочиваючих психофізіологічний комфоркт і можливість спортивно-зміцнюючої діяльності без деградації природного середовища або антропокультурних комплексів (сільськогосподарських, історичних) і швидкого зношення спеціального обладнання [6, с. 34].

За О. Бейдиком, рекреаційна ємність природних парків — це головна господарська норма, дотримання якої при проектуванні та експлуатації території природного парку гарантує збереження природних ландшафтів [2, с. 42]. Питанням дослідження рекреаційної ємності території займалось низка науковців, серед них: Генсірук С., Бейдик О., Фоменко Н., Кравців В., Ханбекова Н. та інші [5; 2; 6; 3; 7].

Сьогодні існує значна кількість підходів до визначення рекреаційної ємності території. Зокрема, серед найбільш популярних є методика запропонована колективом авторів на чолі з В. Кравців [3], яка ґрунтуються на показнику норми навантаження та сезонах. Проте отримані показники є надто відносними і не можуть застосовуватись до територій природно-заповідних об'єктів.

Оптимальними для визначення рекреаційної ємності природно-територіальних комплексів (ПТК) вважаємо підходи висвітлені у «Методичних рекомендаціях по визначеню максимального рекреаційного навантаження природних комплексів і об'єктів у межах природно-заповідного фонду України за зонально-регіональним розподілом», які розроблені спеціалістами державної служби заповідної справи [4].

Згідно цієї методики ємність вказує, що протягом рекреаційного періоду на території площею 1 га кожного дня (враховується 8 годинний світловий день) відпочиває один чоловік. Показниками на основі яких розраховується ємність території є ступінь стійкості природних територіальних комплексів до рекреаційного навантаження та стадія рекреаційної дигресії.

У вказаній методиці також пропонуються перехідні коефіцієнти для інших видів відпочинку: туризм — 0,25; масовий відпочинок — 0,60.

У залежності від природних умов досліджуваної території, за п'ятибальною шкалою обчислюється ступінь стійкості природних комплексів до рекреаційних навантажень. Обчисливши ступінь стійкості та рекреаційну дигресію ділянки за допомогою інтегральної таблиці, визначається рекреаційна ємність, для різних видів відпочинку отриманий результат перемножується на перехідні коефіцієнти. При наших дослідженнях, ми не вивчали ємність ПТК розташованих у заповідній зоні, що пов'язане із забороною проведення у ній туризму.

Серед недоліків запропонованої методики варто відзначити те, що вона не враховує функціональне зонування об'єктів ПЗФ, а також високе навантаження за даною методикою можливе у перезволожених територіях, які здебільшого є важкодоступними і тому не можуть використовуватись.

У зв'язку із зазначеними недоліками доцільно введення показника технологічної рекреаційної ємності. Зокрема, на думку С. А. Генсірука та ін., враховуючи функціональне зонування, наявність ділянок, де рекреаційне природокористування обмежується господарськими, адміністративними та природними чинниками потрібно розраховувати технологічну (оптимальну) рекреаційну ємність [5, с. 199].

Таким чином технологічна рекреаційна ємність розраховується за наступною формулою:

$$Em = E_3 (K_{fz} \cdot K_{lg} \cdot K_n \cdot K_c) \quad (1)$$

де, Em — технологічна рекреаційна ємність, ос/день;

E_3 — загальна екологічна ємність, ос/день;

K_{fz} — понижувальний коефіцієнт функціонального зонування, у заповідній зоні він становить 0, а у інших зонах 1;

K_{lg} — лісогосподарський понижувальний коефіцієнт, який враховує наявність розсадників, мисливських господарств та ін;

K_n — понижувальний коефіцієнт прохідності, у нашому випадку він враховує пішохідну прохідність та становить: 0,1 для непрохідних ПТК, 0,25 — малопрохідних, 0,5 — умовно прохідних, 0,75 — прохідних, 1 Ч найбільш прохідних;

K_c — санітарний понижувальний коефіцієнт, він становить 0 у випадку розміщення у ПТК звалищ ТПВ, очисних споруд та ін. [5, с. 199].

Об'єктом апробації вказаної методики обрано Шацький НПП, адже сьогодні протягом рекреаційного сезону на його території відпочиває близько 160 тисяч осіб, але проблемою є те, що рекреаційна діяльність концентрується на території близько 1000 га (2 % від загальної площині) навколо двох озер: Світязь та Пісочне, та ще й протягом літнього періоду (70–80 днів), що завдає непоправної шкоди як самим озерам, так і природним комплексам, які межують з ними. Таким чином на території парку яскраво проявляються два негативні ефекти ведення рекреаційної діяльності: острівний ефект рекреації (коли до рекреаційної діяльності залучається незначна ділянка, а інші території не освоюється); ефект сезонності (ведення рекреаційної діяльності протягом нетривалого сезону). Механізмом подолання цих негативних явищ є урізноманітнення видів відпочинку на території парку із обов'язковим залученням неосвоєних ділянок та розвиток зимових видів рекреаційної діяльності. Важливим етапом для урізноманітнення рекреаційної діяльності та залучення для освоєння нових ділянок є визначення рекреаційної ємності території.

Для визначення ємності території Шацького НПП нами використано описану вище методику. Дослідження проводяться із прив'язкою до ландшафтної структури парку, що дозволяє здійснити детальні обрахунки для незначних ділянок парку. За основу нами взято ландшафтну карту Шацького національного природного парку, розроблену у 2010 році [1].

Розрахунок рекреаційної ємність ландшафтних урочищ, згідно методичних рекомендацій створених Державною службою заповідної справи [4], вказує на дещо завищенні результати, що пов'язані із високою ємністю територій, які реально неможливо використовувати для туризму. Наприклад, у заболоченому урочищі, яке займає 55 га і є непроходним, рекреаційна ємність становить 550 ос./день, що є неможливим. При цьому загальна рекреаційна ємність території Шацького НПП становить 78 262 ос./день. На нашу думку, цей показник завищений. Крім цього у методиці не враховано функціональний режим національного природного парку. Тому пропонуємо дещо доповнити дану методику ввівши показник технологічної рекреаційної ємності, який більш точно дозволить врахувати специфіку досліджуваних ПТК, функціональних та господарських обмежень [5].

Згідно з отриманими результатами технологічна ємність ПТК Шацького НПП становить 41 814 ос./день (табл. 1).

Таблиця 1
Оптимальна рекреаційна ємність ПТК Шацького НПП

№ урочища	Назва місцевості, урочища, підурочища	Площа, га	Ємність, ос./день
	Місцевість долин рік	7421,0	6236
1	Заплава р. Зх. Буг з луками торф'яними і болотними на лучних супіщаних і легкосуглинкових та дерново-підзолистих піщаних та зв'язанопіщаних ґрунтах	498	319
2	Перша надзаплавна тераса р. Зх. Буг ускладнена еоловими горбами з сосняками вересовими і лишайниковими на дерново-слабопідзолистих піщаних та зв'язанопіщаних ґрунтах	610,5	190
3	Заплави малих річик з березняками кропивними та чагарничково-пухівково-сфагновими болотами на лучно- і торфово-болотних ґрунтах	1896,1	1508
4	Заплава р. Прип'ять плоска заболочена одноступенева з:		
4а	луками торфяними і болотними на болотних та торфових ґрунтах	2645,3	1952
4б	березняками щучниковими на торфово-болотних ґрунтах	40	11
4в	сосняками вересовими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	875,04	569
4г	болотами осоковими та трав'яно-моховими на болотних ґрунтах	250,99	1411
4д	вільшняками осоковими на торфово-болотних супіщаних та легкосуглинкових ґрунтах	313,15	106
4е	вільшняками болотно-папоротевими на болотних ґрунтах	230	103
4е	березняками орляково-чорницевими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	61,86	67
	Місцевість водно-льодовикових рівнин	26 689,8	23547
5	Слабопонижені рівні водно-льодовикових рівнин з:		
5а	сосняками вересовими на дерново-підзолистих ґрунтах	126	37
5б	березняками щучниковими на торфово-болотних ґрунтах	167	95
5в	березняками кропивними на торфово-болотних ґрунтах	96,34	27
6	Слабопонижені рівні з крупнозлаковими справжніми луками на лучних та дернових супіщаних та легкосуглинкових ґрунтах	1440,9	802
7	Безстічні та слабо проточні пониженні з:		
7а	гіпново-осоковим і сфагновим болотами на торфовищах	720,54	814
7б	березняками кропивними на торфово-болотних ґрунтах	31,57	11
8	Приозерні вали і гряди (еолово змінені) з сосняками лишайниковими на дернових слаборозвинутих ґрунтах	191,08	143

9	Знижені плоскі рівні ускладнені западинами з трав'яними і трав'яно-моховими болотами на торфово-болотних супіщаних й легкосуглинкових ґрунтах	2798,9	887
10	Відносно піднесені слабохвилясті рівні водно-льодовикових рівнин з:		
10а	сосняками зелено-моховими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	781,13	527
10б	сосняками вересовими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	25	126
10в	сосняками молінієво-осоковими на дерново-сильнопідзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	76,5	594
10г	сосняками чорницево-орляковими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	3389,1	7684
10д	сосняками лишайниковими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	768,75	1121
10е	сосняками чорницевими на дерново-підзолистих піщаних і зв'язанопіщаних ґрунтах	944,15	1086
11	Плоскі водно-льодовикові рівнини з:		
11а	вільшняками осоковими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	2397,4	34
11б	вільшняками кропивними на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	1715,8	1256
11в	сосняками вересковими на дерново-підзолистих ґрунтах	102	74
11г	сосняками чорницево-орляковими на дерново-підзолистих глеюватих та торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	4577,6	4301
11д	евтрофоними вербняками високотравними на торфовищах	457,19	47
11е	березняками щучниковими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	1386,6	935
11е	вільшняками гравілатовими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	310	274
11ж	сосняками молінієво-осоковими на дерново-підзолистих супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	1246,2	1144
11з	березняками орляково-чорницевими на дерново-підзолистих супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	1101,1	646
11л	сосняками-березовими сфагновими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	9	2
11к	сосняками лишайниковими на дерново-підзолистих слаборозвинутих ґрунтах	300	53
11м	сосняками зелено моховими на дерново-слабопідзолистих ґрунтах	370,75	242
11н	вільшняками болотно-папоротниковими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	427,75	80
12	Плоско хвилясті рівнини з луками справжніми на дерново-підзолистих та торфово-болотних супіщаних ґрунтах	731	539
Місцевість моренних рівнин		1894,5	2352
13	Понижені рівні моренних рівнин з:		
13а	вільшняками гравілатовими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	85,1	26
13б	сосняками чорнично-орляковими на дерново-підзолистих зв'язанопіщаних ґрунтах	786,01	727
13в	трав'яними болотами на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	483,74	1301
13г	справжніми луками на лучних ґрунтах	348,49	148

14	Середні рівні моренних рівнин з сосняками чорницево-орляковими на дерново-підзолистих зв'язанопіщаних ґрунтах	120	29
15	Підвищені рівні моренних рівнин з сосняками чорнично-орляковими на дерново-підзолистих та торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	71,25	121
	Місцевість давніх озерно-алювіальних рівнин	6034,0	9526
16	Плоскі рівні озерно-алювіальних рівнин з:		
16а	сосняками вересовими на дерново-підзолистих супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	282,5	300
16б	сосняками чорницево-орляковими на дерново-підзолистих глеюватих ґрунтах	513,68	450
16в	сільськогосподарськими угіддями на місці осушених боліт на дерново-підзолистих глеюватих ґрунтів	707,35	346
17	Приозерні заболочені ділянки з травянисто-болотними луками на лучно-болотних та дерново-підзолистих супіщаних ґрунтах	236,35	83
18	Плоско хвилясті приозерні рівнини з:		
18а	вільшняками осоковими на торфово-болотних супіщаних і легкосуглинкових ґрунтах	180	454
18б	сосняками чорнично-вересовими на лучно-болотних та дерново-підзолистих зв'язанопіщаних ґрунтах	251,1	679
19	Слабохвилясті пониженні ділянки з сосняками молінієво-осоковими та вільшняками осоковими на торфово-болотних та дерново-підзолистих глеюватих ґрунтах	737,78	1872
20	Пониженні приозерні рівні з трав'яними болотами на торфово-болотних супіщаних та дерново-підзолистих глеюватих ґрунтах (переважно осушені та частково розорані і забудовані)	2722,4	5248
21	Слабопониженні рівні з крупнозлаковими справжніми луками на дерново-підзолистих та торфово-болотних супіщаних й легкосуглинкових ґрунтах	402,88	94
	Місцевість солових дюн та рівнин	598,58	153
22	Хвилясто-горбиста дефляційно-акумулятивна рівнина дюнних полів з сосняками лишайниковими та чорницево-орляковими на дерново-підзолистих піщаних ґрунтах	238	24
23	Поодинокі дюни з сосняками лишайниковими на дерново-підзолистих піщаних ґрунтах	360,58	129

В тому числі для місцевості долин рік — 6236 ос./день, що вказує на можливість використання даної місцевості для рекреаційного природокористування, особливо це стосується долин великих рік. Ємність місцевості водно-льодовикових рівнин становить 23547 ос./день, що в порівнянні з її розмірами є незначною. Це, в першу чергу, пояснюється великою площею заповідної зони у її межах. Для місцевості моренних рівнин даний показник становить 2352 ос./день, що вказує на потребу використання ПТК, які входять до неї. Місцевість давніх озерно-алювіальних рівнин може щоденно приймати 9526 відпочиваючих, що вказує на потребу зменшення масового відпочинку у прибережній зоні. Неперспективним є рекреаційне використання місцевості еолових дюн та рівнин, ємність якої становить 153 ос./день, що в порівнянні з площею 598,58 га є незначною (рис. 1).

Щодо ємності аквальних комплексів, то нами взяті результати отримані у Проекті організації території Шацького НПП. У проекті ємність розрахована тільки для озер, біля яких запроектовано створення рекреаційних зон. Тому нами, за допомогою їх методики, розраховано ємність тих озер, які згідно з нашими розрахунками можна використовувати для купально-пляжного відпочинку (табл. 2).

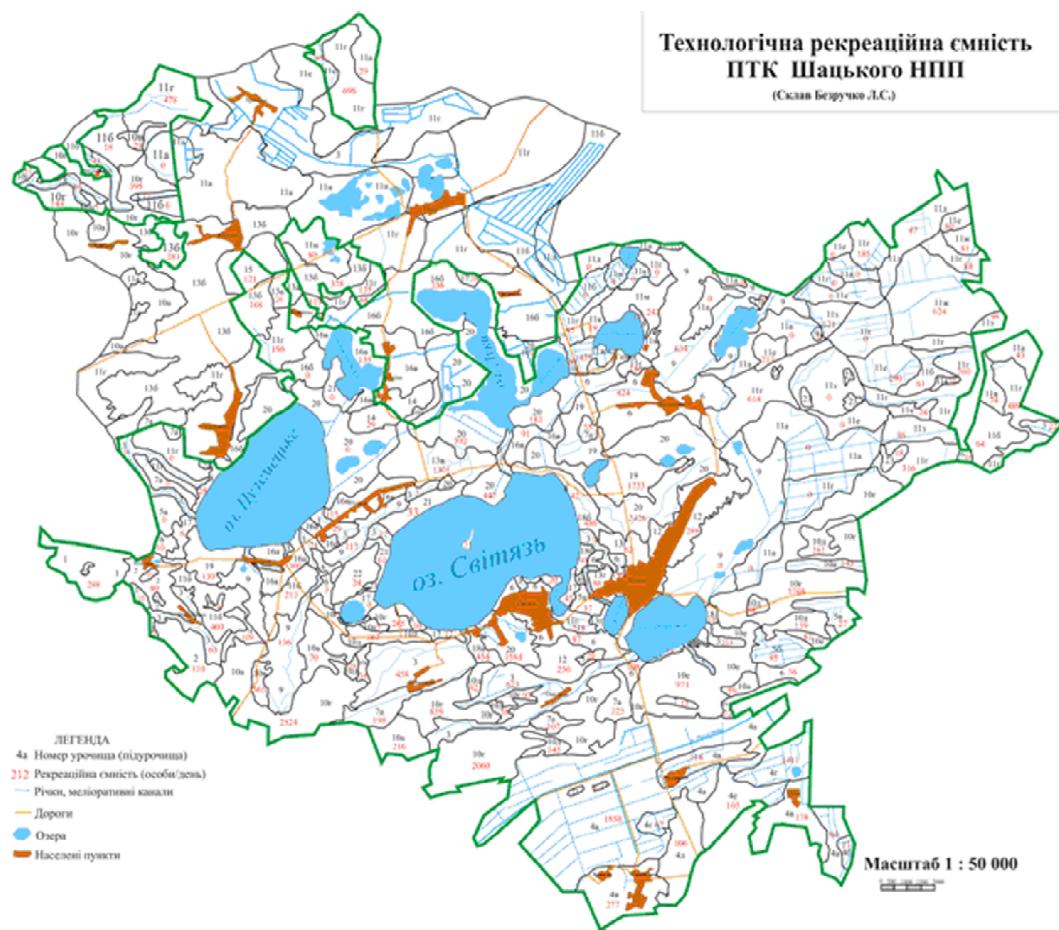


Рис. 1. Технологічна рекреаційна ємність ПТК Шацького НПП

Таблиця 2
Рекреаційна ємність озер Шацького НПП придатних для водних видів відпочинку

Назва озер		Сучасне навантаження, ос./день	Ємність, ос./день	Площа, га
1	Світязь	6665	2622	26200
2	Пулемецьке	100	1568	15680
3	Пісочне	1625	187	1870
4	Люцимер	120	430	4300
5	Чорне Велике	65	83	830
6	Соминець	0	43	430
7	Острів'янське	0	255	2550
8	Перемут	0	142	1420
9	Кримно	0	147	1470
10	Красинець	0	15	150
11	Озерце	0	13,7	137
12	Луки	0	673,2	6732
Всього по озерах		8575	6178,9	61769

Отримані результати вказують на суттєве перевищення рекреаційного навантаження на озера Пісочне та Світязь, тому існує потреба зменшення рекреаційного освоєння цих озер шляхом залучення інших озерних комплексів парку.

Результати обрахунків вказують, що ємність озер, які можуть використовуватись для купання, відповідно до проектної методики, становить 6178 ос./день, в той же час оптимальна ємність ландшафтних комплексів становить 41 814 ос./день. Тому потрібно впроваджувати нові види відпочинку, які дозволяють залучати інші ділянки парку та розвантажити озера.

Отримані результати рекреаційної ємності дозволяють обґрунтувати подальший розвиток рекреаційного природокористування на території Шацького НПП з позицій еколого-географічного підходу. Адже нами враховано як географічні особливості, які проявляються у будові ландшафтних комплексів та соціально-економічному розвитку регіону, так і сучасний екологічний стан території, а також функціональні обмеження, пов'язані із специфікою функціонування природоохоронного об'єкту.

Література

1. Безручко Л. С. Новітній варіант ландшафтної карти Шацького національного природного парку [Текст] / Л. С. Безручко, С. І. Кукурудза // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. — Географічні науки. — Вип. № 17. — 2010. — С. 129–134.
2. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії [Текст] / О. О. Бейдик. — К. : Палітра, 1997. — 130 с.
3. Кравців В. С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери [Текст] : наук. вид. / В. С. Кравців, Л. С. Грінів, М. В. Копач, С. П. Кузик. — Львів : НАН України, 1999. — 78 с.
4. Методичні рекомендації щодо визначення максимального рекреаційного навантаження на природні комплекси та об'єкти у межах природно-заповідного фонду України за зонально-регіональним розподілом [Текст] / С. С. Комарчук, А. В. Шлапак, В. П. Шлапак та ін. — К. : Фітосоціоцентр, 2003. — 51 с.
5. Рекреационное использование лесов [Текст] / С. А. Генсирук, М. С. Нижник, Р. Р. Возняк. — К. : Урожай, 1987. — 246 с.
6. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія [Текст] / Н. В. Фоменко. — К. : Центр навчальної літератури, 2007. — 312 с.
7. Ханбеков Р. И. Методические рекомендации по определению рекреационных нагрузок на лесные площади при организации туризма, экскурсий, массового повседневного отдыха и нормы этих нагрузок для центральной части южной тайги и зоны хвойно-широколиственных лесов [Текст] / Р. И. Ханбеков. — М. : Изд-во ВНИИЛМ, 1985. — С. 2–17.

Безручко Л. С.

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ РЕКРЕАЦИОННОЙ ЕМКОСТИ ТЕРРИТОРИИ ПРИРОДНО-ЗАПОВЕДНОГО ФОНДА (НА ПРИМЕРЕ ШАЦЬКОГО НПП)

Проанализированы подходы к определению рекреационной емкости территории. Предложен методический подход определения рекреационной емкости территории природно-заповедного фонда. Определена рекреационная емкость природных территориальных комплексов Шацького национального природного парка.

Ключевые слова: рекреационная емкость, природно-заповедная территория, Шацький национальный природный парк, технологическая рекреационная емкость.

Bezruchko L. S.

**METHODOLOGY OF DETERMINATION OF RECREATIONAL CAPACITY
OF TERRITORIES OF THE NATURALLY-PROTECTED FUND
(ON EXAMPLE OF SHATSK NATIONAL NATURAL PARK)**

Going Determination of recreational capacity of territory is analysed. Methodical approach of determination of recreational capacity of territory of the naturally-protected fund offers. The recreational capacity of natural territorial complexes of Shatsk national natural park is certain.

Keywords: *recreational capacity, naturally-protected territory, Shatsk national natural to the park, technological recreational capacity.*

УДК 338.48-6:502/504

Зінь Любомира Михайлівна, старший викладач
 Лабарткава Костянтин Володимирович, асистент
 Людик Олег Ігорович, старший викладач
 Шай Олена Костянтинівна, старший викладач
 Львівський інститут економіки і туризму

**ЕКОЛОГО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ МАРШРУТ «ГОРА ЛЕВА»
 ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ РЕКРЕАЦІЇ І ЕКОЛОГІЧНОЇ ОСВІТИ
 НА ТЕРИТОРІЇ РЛП «ЗНЕСІННЯ»**

В статті розглядається питання організації рекреаційної діяльності і екологічної освіти в природно-ландшафтних парках, розкрито значення еколоого-пізнавального маршруту, як ефективного засобу рекреації і екологічного навчання на території регіонально-ландшафтних парків в цілому та РЛП «Знесіння» зокрема та пропонується проект еколоого-пізнавального маршруту «Гора Лева».

Ключові слова: рекреація, екологічна освіта, еколоого-пізнавальний маршрут, ландшафтно-регіональний парк «Знесіння», рекреаційна, екологічна діяльність РЛП «Знесіння».

Сучасний стан розвитку сфери рекреації і туризму з використанням природних рекреаційних ресурсів України загалом та рекреаційно-туристська та екологічна діяльність на окремих територіях і об'єктах природно-заповідного фонду країни зокрема, все більше привертає увагу науковців і свідчать про необхідність пошуку нових шляхів та засобів розвитку даного процесу. Особливої уваги, на нашу думку, заслуговує вивчення питання організації рекреаційної діяльності і екологічної освіти молоді на територіях регіонально-ландшафтних парків, як осередків короткострокової рекреації, підвищення екологічної свідомості та організованого відпочинку на лоні природи.

Саме для дослідження комплексу вище зазначених цілей може слугувати унікальний, природний об'єкт, в центрі туристичного міста Львова, регіональний ландшафтний парк «Знесіння», як «нова форма збереження, відтворення і регулярного використання міського історичного ландшафту» [1], в якому гармонійно поєднались природа, історія, архітектура та організація рекреаційної і екологічної діяльності.

Питання рекреаційного використання природно-заповідних територій найбільш глибоко досліджено в роботах О. Дмитрука [2–3], В. Храбовченка [4] та В. Чижової [5]. Проблему охорони та раціонального використання природо заповідного фонду України активно досліджує та висвітлює В. Гетьман [6].

Про особливості функціонування та збалансованого розвитку РЛП «Знесіння» опубліковано чимало наукових статей, як працівників парку так і науковців і науково дослідних установ Львівщини. Це зокрема, праці О. Завадовича, Ю. Зінька, І. Койнова, Т. Блиствіва та інш. [7].

Однак недостатня увага щодо розвитку і популяризації екологічно-пізнавальних маршрутів як одного із засобів рекреації та екологічної освіти на території РЛП «Знесіння» дає підставу вивчення даної проблеми та пошуків шляхів їх розв'язання.

Мета дослідження: розгляд організації рекреаційної діяльності і екологічної освіти молоді на території парку «Знесіння» та презентація проекту еколоого-пізнавального маршруту «Гора Лева» як ефективного засобу рекреації, освіти і відпочинку для молоді.

Проект еколоого-пізнавального маршруту «Гора Лева» знаходиться в північно-східній частині міста Львова, в зоні охоронного ландшафту західної частини території РЛП «Знесіння». Маршрут кільцевий, з загальною протяжністю 2000 м і прокладений на території геологічної пам'ятки природи гори Лева, зі сторони вулиці Опришківської. Орієнтований час проходження з екскурсією — 1 год. 45 хв. Даний маршрут розрахований

ний на школярів загальноосвітніх шкіл старшого шкільного віку (9-11 класи), студентів вищих навчальних закладів та всіх бажаючих. Екскурсія за маршрутом може проводитися цілорічно, за умовою що весняні та осінні дні проведення не дощові, а зима є сніжною.

Для максимальної комфортності проходження маршруту група повинна бути у межах 15–18 чоловік. Місце збору групи — територія коло імпровізованої брами входу парку «Знесіння», до якої можна добратись пішки з центру міста по вулиці Максима Кривоноса, а в місці, де вона переходить у вул. Опришківську, слід повернути праворуч та пройти повз тренувальний майданчик сусіднього коледжу до брами парку.

Маршрут екологічно-пізнавального характеру складається із 6-и оглядових точок. На оглядовому майданчику, перед брамою, варто подати загальну інформацію, історичну та географічну довідку про РЛП «Знесіння», інформаційний матеріал щодо геологічної пам'ятки природи гори Лева, провести інструктаж щодо техніки безпеки і руху по маршруту на гору. Оригінальною та головною точкою маршруту, що відображає назву екологічно-пізнавального маршруту є гора Лева, що знаходиться у західній частині парку «Знесіння», геологічна пам'ятка природи з вершини якої можна побачити не тільки прекрасні краєвиди, архітектурну спадщину та історичні об'єкти, а й на оголених схилах горбів — сліди кількох геологічних епох: скам'янілі раковини молюсків, залишки дерев.

Однак, попри всі намагання керівництва парку «Знесіння» у дотриманні заповідного режиму визначених територій у межах міста, збережені та охорони цінних ландшафтів та природних пам'яток, найбільш реkreаційного впливу зазнає «Гора Лева». Це і «засмічення, витоптування, стежкова дигресія. Важко дотримувати заповідний режим у легкодоступних місцях та у місцях, де заповідна зона межує з господарською або зоною стаціонарної рекреації» [7], тому дана проблема потребує великої уваги і негайного втручання.

Саме запропонований нами проект екологічно-пізнавального маршруту «Гора Лева» з використанням цінної геологічної пам'ятки природи сприятиме у молоді формування культури відпочинку, організації змістового проведення дозвілля, розширення світогляду, набуття нових знань про природу як універсальну, унікальну цінність, а також дбайливого, осмисленого ставлення до нїї шляхом зміни побутових звичок. Без посереднього перебування і бачення природи як системи, розуміння принципів взаємодії її складових між собою (у тому числі й людини) не можливо підіщити рівень екологічної свідомості молодого покоління.

Регіональний ландшафтний парк «Знесіння» — один із перших в Україні регіональних ландшафтних парків, який розташований всередині великого міста і оголошений об'єктом природно-заповідного фонду України та створений для збереження і відновлення унікального природно-історичного комплексу пасма Знесіння і прилеглих територій давніх поселень Знесіння і Кривчиць. Площа парку становить 312,1 га.

Аналіз літератури та матеріалів інтернет-ресурсу дає підстави констатувати про різноманітність ресурсного забезпечення парку, як природного так і туристичного. Аналізуючи унікальний природний потенціал даного об'єкту необхідно відзначити наступне:

- велика різноманітність природних умов та цінних ландшафтів об'єкту забезпечується розташуванням на межі трьох фізико-географічних районів;
- унікальний природний комплекс з можливостями панорамного огляду сформований пересічним рельєфом трьох Львівських пагорбів: Стефана, Льва (Лиса або Піщана), Баба (Рід), Хомець, де гора Лева — геологічна пам'ятка природи, гора Хомець — ботанічна пам'ятка, гора Баба — геоморфологічна пам'ятка природи;
- розташування території парку неподалік від Головного європейського вододілу дає нам дві гідрологічні пам'ятки природи — долина потоків Глибокий і Хомець;
- всесезонність проведення рекреаційних заходів забезпечується помірно континентальним кліматом з м'якою зими та теплим літом;
- формування знань з флори і фауни рідного краю сприяють широко використанні на території парку композиції сосни та смереки з березою і дубом червоним, акації білої

і ясена зеленого, кленів гостролистого та інш. Флора парку характерна для даного виду клімату, враховуючи урбанізацію. Тваринний світ також цікавий, є рідкісні види тварин.

Щодо туристичного забезпечення, це:

- окремі цінні комплекси та об'єкти природи, історії, культури, котрі підлягають особливій охороні;
- історико-культурні зони (місця визвольних боїв, місця функціонування культурно-освітніх та національних осередків, цвинтар середини XIX століття);
- малоповерхова житлова забудова з присадибними ділянками, історична квартальна середньо поверхова забудова;
- музей народної архітектури і побуту «Шевченківський гай»;
- промислова зона; парк ландшафти заповідний
- заклади освіти, лікувальні установи, церкви, монастири, спортивні, військові об'єкти, інженерні споруди і мережі.

Окрім того, на території парку споруджено майданчик для реабілітації людей з особливими потребами, дитячий і спортивний майданчики та майданчик для гри у пейнтбол, встановлено лавочки і сміттєві контейнери, змонтовано протиерозійні конструкції (підпірні стінки, лотки, сходи), проводять літні дитячі школи, спортивні змагання і театралізовані заходи, інформаційний центр, відбуваються художні пленери та практичні заняття учнів і студентів з природничих дисциплін, організовують екскурсії, лекції, семінари, зустрічі для обміну досвідом з українськими та зарубіжними партнерами, зокрема в межах спільніх проектів, видаються інформаційно-освітні та промоційні матеріали.

На території парку «Знесіння» активно проводиться рекреаційна діяльність, а саме: пішохідні прогулянки, велотури, екскурсії, пропонуються кінні прогулянки, а для зимового відпочинку — лижний спорт. Створюються різноманітні проекти та заходи. Для прикладу, розроблений проект «Історія садівництва у Львові», основна тематика якого, це вирощування винограду для початківців та відновлення виноградників, які в минулому столітті прикрашали парк. В літній період систематично проводиться «Еколіто» з за участю місцевих жителів і туристів до активного екологічного відпочинку.

Планується впровадження туристичного маршруту на ретро-паротязі, рейковому велосипеді, а також ознайомлення місцевого населення і туристів зі скандинавським методом ходьби (Nordic walking).

Висновки. Запропонований нами проект екологічно-пізнавального маршруту «Гора Лева» покликаний зберігати і підтримувати екологічну рівновагу на території унікального ландшафту парку «Знесіння», запобігти можливих негативних наслідків від не контролюваного дозвілля відпочиваючих, розширити засоби рекреаційної діяльності та екологічної освіти молоді. Розробка даного маршруту є актуальною з огляду на стратегію розвитку міста Львова до 2025 року, де в рамках стратегічної ініціативи одним із завдань є реалізація потенціалу унікального ландшафту для формування високопривабливої рекреаційно-туристичної зони з одночасним підтриманням екологічної рівноваги. Виходячи з цього, вважаємо, що даний екологічно-пізнавальний маршрут може стати невід'ємною складовою в процесі збереження, охорони та відтворення парку «Знесіння».

Література

1. Періональний ландшафтний парк «Знесіння» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://park-znesinnya.lviv.ua/nashi-kontakty>.
2. Дмитрук С. В. Екотуризм [Текст] : навч. посіб. / О. Ю. Дмитрук, С. В. Дмитрук. — К. : Альтерпрес, 2009. — 358 с.
3. Дідух Я. П. Екологічна стежка (методика, організація, характеристика модельної стежки «Лісники») [Текст] / Я. П. Дідух, В. М. Єрмоленко, О. Т. Крижанівська; під ред. Я. П. Дідуха. — К. : Фітосоціоцентр, 2000. — 88 с.

4. Храбовченко В. В. Экологический туризм [Текст] : уч.-метод. пособие / В. В. Храбовченко. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 208 с.
5. Чижова В. П. «Учебные тропы» как одна из форм природоохранного образования [Текст] : учебно-теоретический сборник / В. П. Чижова, Е. Г. Петрова, А. В. Рыбаков // Природоохранное образование в университетах. — М., 1990. — С. 37–47.
6. Гетьман В. І. Рекреаційна діяльність у межах природо-заповідного фонду [Текст] / В. І. Гетьман; під заг. ред. М. Д. Гродзинського і М. П. Стеценка // Заповідна справа в Україні. — К. : Географіка, 2003. — С. 162–175.
7. Дмитрук О. Ю., Толибаєва Г. Б. Особливості здійснення рекреаційної діяльності в Голосіївському парку імені Максима Рильського Київський національний університет імені Тараса Шевченка [Текст] / О. Ю., Дмитрук, Г. Б. Толибаєва // Еко Тур Інфо : науковий збірник. — К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2012. — № 2. — С. 19–27.
8. Кунько У. П. Екологічні проблеми парків міста Львова [Електронний ресурс] / У. П. Кунько // Електронний архів науково-технічної бібліотеки Львівська Політехніка. — Режим доступу: Lviv Polytechnic National University Institutional Repository www.URL: <http://ena.lp.edu.ua>.
9. Дмитрук С. Екостежки в системі туристсько-краєзнавчої діяльності в закладах освіти [Текст] / С. Дмитрук, І. Головач; О.Ю. Дмитрук // Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія сковороди» : збірн. наук. праць. — Переяслав-Хмельницький, 2011. — Вип. 20. — С. 37–40.
10. Про природо-заповідний фонд України [Електронний ресурс] : Закон України від 16 червня 1992 року N 2457-ХII; із змін. і доп. до 09.04.2015. — Режим доступу: www.URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.

Зинь Л. М., Лабарткава К. В., Лядык О. И., Шай О. К.

**ЭКОЛОГО-ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ МАРШРУТ «ГОРА ЛЬВА»
КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО РЕКРЕАЦИИ
И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ
НА ТЕРРИТОРИИ РЛП «ЗНЕСИНЯ»**

В статье рассматривается организация отдыха и экологического образования на территории естественно ландшафтных парков, раскрывается значения эколого-познавательного маршрута как эффективного средства отдыха и экологического образования на территории региональных ландшафтных парков и предлагается проект экологического-образовательного маршрута «Гора Льва».

Ключевые слова. Рекреация, экологическое образование, эколого-познавательный маршрут, ландшафтно региональный парк «Знесиння», рекреационная, экологическая деятельность РЛП «Знесиння».

Zin L. M., Labartkava K. V., Liadyk O. I., Shay O. K.

**ECOLOGICAL-COGNITIVE ROUTE «MOUNTAIN LION» AS ONE OF
THE EFFECTIVE MEANS OF RECREATION AND ECOLOGY
EDUCATION ON THE «ZNESINNIA» REGIONAL LANDSCAPE PARK**

The article discusses the organization of recreation and ecology education in natural landscape parks, reveals important ecological-educational route as an effective means of recreation and environmental education in the territory of regional and landscape parks in general and RLP «Znesinnia» including and proposed draft environmental-educational route «Mountain Lion».

Key words: recreation, ecological education , ecological-cognitive route, regional landscape park « Znesinnia», recreational and ecological activities RLP «Znesinnia».

Розділ 8.
**ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

УДК 504.4.054

*Бомба Мирослав Ярославович, д. с.-г. н., професор,
Львівський інститут економіки і туризму*

**ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВОДНИХ РЕСУРСІВ, ЯКОСТІ ПИТНОЇ
ВОДИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ**

У статті розглядаються екологічні аспекти стану водних ресурсів, а також шляхи їх раціонального та функціонального використання у контексті вирішення проблем прісноводної безпеки України.

Ключові слова: водні ресурси, якість води, прісноводна безпека.

Водні ресурси є без перебільшення неоціненим багатством кожної територіальної громади, краю і країни загалом. Вони характеризуються специфічними особливостями, що відрізняють їх від інших природних ресурсів — землі, надр, лісів, лук і пасовищ. Усім видам запасів води притаманна висока динамічність і взаємозв'язок, що пояснюється об'єктивними процесами кругообігу води в природних екосистемах. Завдяки цим властивостям існує можливість багаторазового й багатофункціонального використання певних обсягів водних ресурсів, що повинно зобов'язувати світову спільноту раціонально їх використовувати.

Разом з тим, ще досить значна частина користувачів (промисловість, сільське і комунальне господарства) безповоротно забирають воду з рік, озер, водосховищ і водоносних горизонтів. Інші використовують не саму воду, а її енергію, водну поверхню або водоймище загалом (гідроенергетика, водний транспорт, рибництво, птахівництво, мисливство). При цьому завдають шкоди різного роду забрудненням.

Отже, необхідно розвивати енергоощадну систему споживання. Передусім доцільно зменшити скид стічних вод та їх забрудність, збільшити обсяги повторного використання вже відпрацьованої води, першочергово, для промислових цілей.

Головна функція водних ресурсів, як виробничої інфраструктури, полягає в тому, що в результаті надання послуг специфічного виду, вона забезпечує безперервність обороту всіх форм і частин суспільного продукту, охоплюючи всі стадії, починаючи від стадії виробництва до споживання, сприяє нормальному функціонуванню промисловості, будівництва, сільського господарства, переробних галузей й інших видів діяльності. Водні ресурси, як виробнича інфраструктура, не створюють ні предметів праці, ні продуктів споживання, лише створюють сприятливі умови для розвитку матеріального виробництва. Праця, що реалізується в таких умовах, є продуктивною і має суспільно необхідний характер, а діяльність, що пов'язана з виробничим обслуговуванням галузей народного господарства, збільшує вартісне значення сукупного продукту і національного доходу.

Аналітичні прогнози, видані на-гора під егідою ООН, НАТО, низки провідних спецслужб світу сходяться в одному: нафта, газ, земля, вода — ось чотири причини для зіткнень у найближчі десятиліття [8].

Функціональне призначення водних ресурсів як соціальної інфраструктури пов'язано із створенням соціальних умов для життєдіяльності людей в результаті задоволення потреб у воді з метою підвищення рівня життя. Як соціальна інфраструктура водні ресурси непрямим чином (побічно) впливають на процес матеріального виробництва, створюють важливі умови для розширеного відтворення, зростання продуктивності праці.

З іншого боку, надмірна інтенсифікація виробництва веде до погіршення водних запасів на планеті Земля. Вода стала, без перебільшення, першою жертвою розвитку технічного прогресу. Питної води не вистачає для 1,4 млрд людей світового співтовариства, а близько 5 млн населення щорічно помирає через те, що споживає воду непридатну для пиття. Якщо людина й надалі черпатиме воду з природних джерел, не замислюючись над їх поповненням й очищеннем, то ситуація різко погіршуватиметься, що матиме щораз трагічніші наслідки [2].

Справедливість цього висновку можна переконливо проілюструвати на прикладі України, оскільки за висновками економічної комісії ЮНЕСКО нашу державу віднесено до країн з обмеженими запасами питної води з розрахунку на душу населення. Проблема якісної питної води уже спіткала не тільки великі міста, але й малі населені пункти. Уже значна частина українських сіл постійно постачається питною водою, і, їхня кількість зростає внаслідок локальних катастроф, порушення рослинного покриву, видобування корисних копалин та меліорації.

Особливо вразливим в цьому відношенні для західного регіону України виявився 2015 рік, спекотне літо, практично без опадів, призвело до того, що річки поміліли, меліоративні канали повністю повисихали, а вода у колодязях в окремих населених пунктах почала поступово зникати. Територіальні громади не на жарт забили на сполох, що стало предметом обговорення адміністративних органів, науковців та широких верств населення. Вже в багатьох селах люди використовують привізну воду, часто низької якості.

Не вирішеною залишається проблема якості питної води. Щороку у водойми України скидають приблизно 3,5 млрд м³ стоків, ураженої шкідливими хімічними і фізичними речовинами та патогенними організмами, що вкрай негативно позначається на здоров'ї людини [10].

Сьогодні структура української економіки зайшла у непримиренну суперечність з водними ресурсами країни, які витрачаються значно швидше, ніж відновлюються, що може обернутися для українського суспільства непередбачуваними наслідками.

В Україні побутує уявлення, що в нас дуже багато питної води. Проте, ситуація, що склалася в країні з водою, на сьогодні надзвичайно складна. За запасами прісної води наша держава вважається однією з найменш забезпечених у Європі. Ми можемо забезпечити лише 1 тис. кубометрів води на 1 мешканця. Для порівняння: у Швеції та Німеччині цей показник становить 2,5 тис. кубометрів, у Франції — 3,5, у Великобританії — 5. Близько 1300 наших населених пунктів живуть на привізній воді, а це близько 1 мільйона громадян. Разом з тим, обсяг водоспоживання в Україні за останні 20 років зрос приблизно вдвічі. Найбільш напруженою ситуацією із забезпеченням прісною водою є у містах Криму, а також Донецької, Дніпропетровської, Запорізької, Івано-Франківської, Київської, Луганської, Полтавської, Чернігівської та Хмельницької областей [11].

Львівщина в цьому плані виглядає дещо краще, але ситуація із водопостачанням далеко не відповідає державним стандартам.Хоч за скидами недостатньо очищених і неочищених стоків у відкриті водойми вона посідає 9 місце в Україні.

Разом з тим, як відмічають окремі вчені [13] з кожним роком запаси води на території Карпатського макрорегіону, до складу якого входить Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Чернівецька області, зменшуються. Нестача води, відсут-

ність раціональних та бережливих принципів її використання потребують розробки конкретних радикальних заходів, яких у досліджуваному макрорегіоні нині немає.

Ще більшою проблемою сьогодення є обміління річок, озер і ставків, висихання малих потічків та зникнення води в колодязях у сільській місцевості. При цьому аномальна спека в останні два роки значно поглибила ці процеси. Відтак наразі засуха в Карпатському краї може породити значні зміни у природних екосистемах, фауні та флорі загалом, а з іншого боку тут чітко простежується дія антропогенного чинника. Головніші чинники, що породили всі ці зміни представлені нами на рис. 1

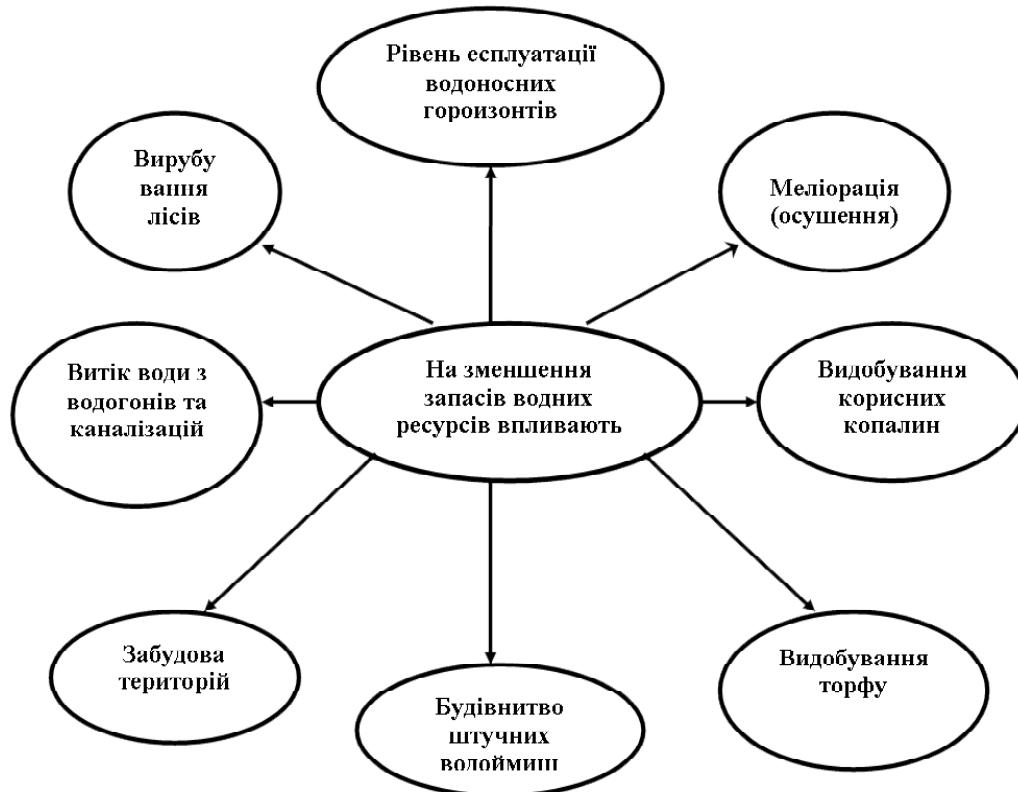


Рис. 1. Чинники, що впливають на зменшення запасів водних ресурсів

Необхідно зауважити, що в цьому контексті чільне місце відіграє залісненість території, яка займає лише 17,2 % території держави. Сформована вона понад 30 видами деревних порід, серед яких домінують сосна (*Pinus silvestris*), дуб (*Quercus robur*), бук (*Fagus sylvatica*), ялина (*Picea abies*), береза (*Betula pendula*), вільха (*Alnus glutinosa*), ясен (*Fraxinus excelsior*), граб (*Carpinus betulus*), ялиця (*Abies alba*). Внаслідок добре розвинутої кореневої системи дерева живляться підземними водами. При цьому вода піднімається до листя і випаровується. В той же час вирубування лісу робить цей процес неможливим, що веде до більш сухого клімату. З іншого боку несанкціоноване обезлісення — особливо ерозійно-вразливих територій, крім усього іншого, негативно позначається на здатності ґрунтового покриву затримувати та вбирати воду атмосферних опадів.

Для прикладу, в Українських Карпатах, останніми роками, внаслідок зливових дощів спостерігаємо часті селеві потоки, що спричинює руйнування берегів річок, підтоплення сільськогосподарських угідь і населених пунктів. В кінцевому результаті, безсистемна вирубка лісів впливає на кліматичні, екологічні та соціально-економічні характеристики цілих екосистем, що істотно позначається на здоров'ї та якості життя

людини. Крім цього, інтенсивна вирубка лісів у глобальному маштабі підсилює, так зване, явище парникового ефекту і веде до змін клімату загалом [1].

Дуже великої шкоди балансу водних ресурсів країни завдала сільськогосподарська меліорація, яку масово почали впроваджували в 60–70-х роках минулого століття у республіках колишнього Союзу, яка до невідомання змінила місцевий поліський ландшафт, звивисті русла річок перетворились у магістральні канали, збідніла притаманна цій місцині фауна і флора. Зазначимо, що вже тоді професор, чл.-кор. НАНУ Г. С. Кияк та доцент П. Р. Красіцький відверто висловлювали думку щодо чинності таких підходів та зазначали на небажані явища, які можуть спіткати природні екосистеми вже найближчим часом.

Попри ці застереження наприкінці другого тисячоліття в Україні вже налічувалось 5283 тис. га земельних ділянок з меліоративними системами, що становить 12,7 % усіх сільськогосподарських угідь. Основні площини осушених земель знаходяться на Поліссі та в західних областях. Це 3,3 млн гектарів, або близько 30 відсотків загальної площини сільгospугідь, зокрема у Рівненській — 41 %, Львівській — 39 %, Волинській — 38 %, Закарпатській — 37 %, Івано-Франківській — 31 %, Житомирській — 25 % [7].

За такої ситуації, внаслідок порушення водного балансу у багатьох районах Полісся зникли малі річки, що живилися ґрутовими водами, тоді як річки, що живляться підземними водами, збільшили свою водність. У колодязях територіальних громад зникає вода, міліють річки, пересихають струмки, озера та ставки, замулюються виправлені русла річок Іква, Ірпінь, Тетерів, Здвиж і інших. Натомість, осушені землі нині деградують, простежується тенденція до їх опустелювання.

В наш час все більше розвинених країн впроваджують нові технології при видобутку корисних копалин, але це не рятує природу від збіднення на природні ресурси, в тому числі й від зменшення запасів питної води та її якості. При цьому порушуються часто водні горизонти, а звільнені від видобутку пустоти заповнюються водою, внаслідок чого змінюється поверхнева напруженість землі, що призводить до зсуvin та поступової зміни ландшафту певної території. Наприклад, на території Львівсько-Волинського кам'яновугільного басейну було виявлено деформаційні процеси на площині близько 150 км². Крім того, змінюється геохімічне поле даної території, забруднюються ґрунти, утворюються техногенні ландшафти, забруднюються ґрутові, підземні і поверхневі води.

Випадки затоплення великих територій мають місце і при видобуванні сірки відкритим способом (Яворівське «море») і при видобуванні піску (Ясниське озеро) у Яворівському районі, при видобуванні вапняку Задорожнє озеро (у народі «Байкал») у Миколаївському районі Львівській області та ін. Це в свою чергу породило низку екологічних проблем, які потрібно буде розв'язувати ще не одному поколінню українців. Хоч, без перебільшення, ці об'єкти слід облагороджувати та успішно використовувати для розвитку туристичного бізнесу регіону, а відтак покращувати рівень життя і добробут населення цих територій.

Водний баланс змінювався також і внаслідок видобування торфу на сіножатях і зволожених пасовищах, який здавна наші предки використовували для обігріву своїх помешкань, а з приходом радянської влади, в основному, торф почали масово використовувати в якості органічного добрива, чим завдано значної шкоди навколошньому природному середовищу. Після видобування торфу на таких угіддях утворилися штучні водойми.

Одну з них ми дослідили у с. Голошинці Підволочиському районі, що на Тернопільщині. Народна назва цього озера «Канали». Зараз це й водно-болотний масив є природним орнітологічним заказником місцевого значення і називається Голошинські ями. Його створено відповідно до рішення Тернопільської обласної ради від 30.01.2003 р.

за № 98. Перебуває у віданні Новосільської сільської ради. Під охороною численна мисливська орнітофауна, зокрема, крижень звичайний, норець великий, норець сірощокий, норець сіроший, курочка водяна, лиска звичайна, качка сіра та інші види водоплавних птахів. У водоймі водиться риба (щупак, лин, короп, різні види карася, окунь) видра, ондатра. Тут також надзвичайно багате розмаїття флори і все те, що може привабити цінителя цієї благодатної місціни [9]. Але з іншого боку, обмілла місцева річка Самець та почала зникати вода у колодязях селянських господарств. Разом з тим, у цій штучно створеній екосистемі почався зворотній процес. Болотяна рослинність інтенсивніше відвідовує втрачену раніше територію, іншими словами почався перший етап торфоутворення.

Тому нам необхідно взяти на озброєння уже набутий досвід країн Західної Європи, зокрема Нідерландів, де осушення боліт визнано нерентабельним, і багато з них повертаються в попереднє становище. Відновлення боліт може стати важливою сторінкою життя України — така діяльність може мати фінансову підтримку на міжнародному рівні, як діяльність з глобального протистояння парниковому ефекту та глобальним змінам клімату. Однак цю та інші екологічні проблеми слід врегулювати на законодавчому рівні.

Останніми десятиліттями фізичними особами почали створюватись різні за величиною штучні водоймища, їх можна побачити обабіч доріг, на рівнинній та гірській місцевості, у межах подвірного господарства. Звідки береться наповнення їх водою досить важко зображені пересічні особі. Виникає запитання, а чи контролюють ці процеси відповідні органи? Адже досить часто заповнювати такі водойми треба шляхом зміни русла річки чи напрямку потоку рівчака, або ж наповнювати їх підгрунтовими чи навіть артезіанськими водами. Про що тривогу б'ють науковці-екологи.

Досить значні запаси прісної води втрачаються також при забудові територій, а також внаслідок її витоків з водогонів та каналізації, які в багатьох населених пунктах країни вичерпали свій ліміт експлуатації і потребують заміни.

Безумовно, що основною причиною зниження рівня підземних вод є експлуатація водоносних горизонтів, які для багатьох населених пунктів є основним джерелом водопостачання.

На екологічний стан поверхневих та підземних вод впливають й інші різноманітні чинники, які тісно взаємопов'язані, це: забруднення ґрунтів, атмосфери, скидання у водойми побутових і промислових відходів, зміна ландшафтної структури та технологією перевантаження території. Головні види забруднень водного середовища представлена нами на рис. 2.

Більш детальна їх характеристика представлена нами у попередніх публікаціях [2; 3; 4].

Забруднення джерел водопостачання веде до зменшення біорозмаїття, зниження продуктивності польових і природних фітоценозів, при напуванні худоби забрудненою водою на 40–70 % зменшується продуктивність у тваринництві, зазнає збитків і рибне господарство — погіршується товарна якість риби, гине фауна і флора водойм [12].

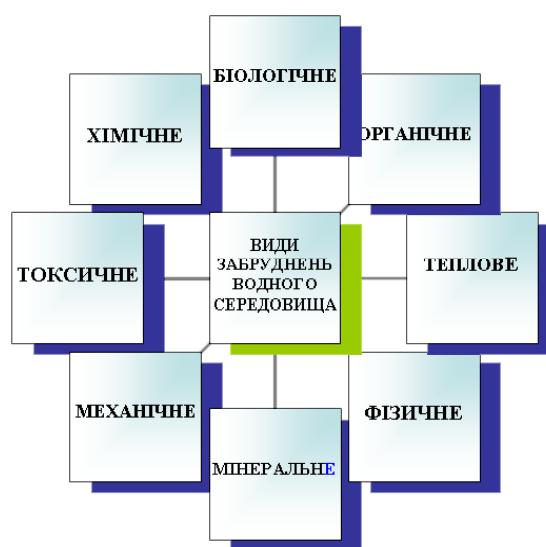


Рис. 2. Забруднення водного середовища

Поверхнево активні речовини миючих і пральних засобів при зіткненні зі шкірою відносно легко переносяться на її поверхню та швидко всмоктуються всередину, починаючи свій руйнівний шлях до організму. Суха та блякла шкіра, часті головні болі, підвищена втомливість, нестабільний тиск — все це зазвичай наслідки дефіциту якісної води в організмі [6].

Такий стан згубно позначається на здоров'ї населення країни, особливо тоді, коли воду використовують для харчових цілей. Якість води, що подається населенню, за показниками повинна відповідати вимогам ДСанПіН 2.2.4-171-10 «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання населенням».

Населення, яке використовує воду з колодязів та інших відкритих джерел слід застерегти, що вода в них може швидше забруднюватися, ніж вода з централізованих водогонів, внаслідок проникнення у водоносні шари токсичних речовин зі звалищ, складів отрутохімікатів, тваринницьких ферм та отруйних виробництв, а також, побутовими та промисловими відходами тощо.

Таким чином, прісноводну безпеку на сьогодні ми повинні розглядати як важливу складову продовольчої безпеки, водночас, складову ресурсної безпеки (рис. 3).



Рис. 3. Чинники прісноводної безпеки і якість води

У зв'язку з цим державні та місцеві органи влади повинні докорінно змінити підходи і методи щодо управління водними ресурсами на усіх рівнях господарювання. При цьому владним структурам необхідно комплексно підійти до розв'язання даної проблеми шляхом упровадження відповідного законодавчого поля та нормативних зasad ринково-орієнтованих соціально-економічних відносин у суспільстві.

Насамперед, обмежити вирубку лісів, розпочати роботу щодо виведення із обробітку меліорованих земель, забезпечити раціональне використання корисних копалин, а також впорядкувати використання уже функціонуючих штучних водоймищ.

Необхідно відмітити, що на законодавчому рівні прийнято Закон України «Про питну воду та питне водопостачання», яким передбачено право громадян на якісну питну воду з урахуванням екологічних, соціальних та економічних потреб, а також належне обслуговування населення питною водою.

Одночасно, для забезпечення збалансованого використання та охорони вод на державному рівні потрібно: здійснити розробку комплексних програм моніторингу охорони та використання джерел водопостачання населення та якості питної води в регіонах України, впровадити маловодні та водозберігаючі технології, нові сучасні засоби обробки та знезаражування води в технологіях, що використовуються на об'єктах водопостачання, та посилити управлінську підтримку зусиль підприємців щодо створення вітчизняного водоочисного обладнання за прикладом провідних високорозвинутих країн.

На місцевому рівні, першочергово, необхідно впровадити заходи з вдосконалення діючих та проектування сучасних очищувальних систем у межах кожної територіальної громади, скласти кадастр «джерел нецентралізованого питного постачання» та забезпечити їх охорону. Важливо для кожного сільського, селищного чи міського органу самоврядування розробити програму «Екологічно чиста вода — здорованація», «Вода рідних місць — свята вода, рідна земля — золото», «Вода — дар Божий», «Яка криниця — такий газда» та ін.

Разом з тим, на державному рівні, необхідно розпочати роботу з паспортзації джерел водного постачання. Такі паспорти повинна мати кожна територіальна громада. На думку вчених НАНУ [5] у цьому паспорті повинні бути як загальні відомості про водний об'єкт, так і його кількісні та якісні характеристики. У заключній частині паспорта повинні бути вміщені відомості про виконавця екологічного обстеження, дату складання й термін дії паспорта. Особливу увагу слід приділити рівню забруднення водної товщі й донних відкладень, джерелам забруднень (походження, рівень небезпеки, стійкість) і вказати цілі подальшого використання.

Визнаючи пріоритет раціонального використання води необхідно започаткувати ринкові механізми її використання, економічно обґрунтувати й запровадити дієвий механізм стимулювання різних категорій споживачів водних ресурсів. Екологічна вартість споживання води та її забруднення має стати зрозумілою для всіх верств населення та підприємців та сільських агроформувань. В цьому контексті, потрібно проводити широку роз'яснювальну роботу, залучати до цих процесів засоби масової інформації, освітянські інституції та громадські організації екологічного спрямування, оскільки ставлення населення до природних багатств визначає рівень культури і розвитку нації.

Література

1. Бомба М. Я. Трансформаційні еколого-економічні процеси у зв'язку із змінами клімату [Текст] / М. Я. Бомба, М. І. Бомба, Л. М. Томаневич // Сільський господар. — 2009. — № 9–10. — С. 26–29.
2. Бомба М. Я. Екологічний стан водних ресурсів і шляхи вирішення прісноводної безпеки [Текст] / М. Я. Бомба // Вісник ЛДУВС, 2012. — № 2. — С. 12–20.
3. Бомба М. Я. Антропогенні загрози забруднення джерел водопостачання та їх вплив на здоров'я населення [Текст] // М. Я. Бомба, У. Б. Лотоцька-Дудик, Л. Я. Івашків // Перший міжнародний форум «Інтегроване управління водними ресурсами: дослідження, інновації, освіта», 27 листопада 2013 р. — К. : КНТЕУ, 2013. — С. 245–254.
4. Бомба М. Я. Водні ресурси Жовківщини: стан та перспективи використання [Текст] / М. Я. Бомба // Вісник ЛІЕТ. — Серія: Економічні науки. — Львів : ЛІЕТ, 2014. — № 9. — С. 276–283.

5. Гончарук В. Національна екологічна безпека та екологічна паспортизація водних об'єктів [Текст] / В. Гончарук, Г. Білявський, М. Ковалев, Г. Рубцов // Вісник національної академії наук України, 2009. — № 5. — С. 22–29.
6. Горяна Л. Г. Ще раз про побутову небезпеку для здоров'я [Текст] / Л. Г. Горяна, О. Ф. Калугіна // Безпека життєдіяльності. — 2007. — № 10. — С. 34–35.
7. Дмитерко Д. Г. Проблеми екологічного стану зрошуvalьних та осушених угідь України [Текст] / Д. Г. Дмитерко // Економіка АПК. — 2011. — № 9. — С. 24–28.
8. Мостова Ю. Дзеркало тижня. Україна [Текст] / Ю. Мостова, 1–8 червня 2012. — № 20.
9. Тернопільський енциклопедичний словник [Текст] / Передм. Геннадія Яворського. — Тернопіль : ТПВК «Збруч», 2004. — Т. 1; А–Й. — 696 с.
10. Тимочко Т. В. Роль громадянського суспільства у формуванні збалансованого розвитку України [Текст] / Т. В. Тимочко // Екологічний вісник. — 2007. — № 9–10. — С. 7–9.
11. Тимочко Т. Українські запаси прісної води чи не найбідніші в Європі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.jkg-portal.com.ua/.../ukransk-zapasi-prsno-vodi.
12. Хоружий П. Д. Шляхи збалансованого водокористування та водовідтворення в Україні [Текст] / П. Д. Хоружий, Т. П. Хомутецька, А. Л. Котельчук // Екологічний вісник. — 2007. — № 11. — 12. — С. 7–8.
13. Щурик М. В. Водоресурсний потенціал Карпатського макрорегіону: стан та найважливіші передумови поліпшення [Текст] / М. В. Щурик // Економіка АПК. — 2011. — № 4. — С. 13–18.

Бомба М. Я.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ, КАЧЕСТВА ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В статье рассматриваются экологические аспекты состояния водных ресурсов, а также пути их рационального и функционального использования в контексте решения проблем пресноводной безопасности Украины.

Ключевые слова: водные ресурсы, качество воды, пресноводная безопасность.

Bomba M. Ya.

ECOLOGICAL PROBLEMS OF WATER RESOURCES, QUALITY OF DRINKING WATER AND WAYS OF THEIR SOLVING

Ecological state of water resources and ways of freshwater security. The article considers ecological aspects of the state of water resources as well as ways of their rational and functional using in the context of solving the problems of freshwater security of Ukraine.

Key-words: water resources, quality of water, freshwater security

УДК 574.2:338.48(477.83)

Паньків Наталія Свгенівна, к. б. н.,
Шумик Уляна Петрівна, студентка,
Львівський інститут економіки і туризму

ЕКОЛОГІЧНА СИТУАЦІЯ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Проаналізовано та узагальнено відомості щодо екологічної ситуації у Львівській області. Виділено основні екологічні проблеми Львівщини та чинники, що впливають на розвиток туризму. Проаналізовано переваги та недоліки розвитку туристичної сфери Львівщини. Розглянуто основні негативні наслідки впливу туризму на навколошнє середовище та перспективи покращення екологічного стану області.

Ключові слова: екологічний стан, забруднення, навколошнє середовище, туризм, стабільний розвиток.

Залежність розвитку туристичної галузі від сприятливої екологічної ситуації в регіоні є актуальним і важливим питанням. Хоча Україна має унікальні природно-рекреаційні ресурси та історико-культурні пам'ятки, її конкурентоспроможність на світовому ринку туристичних послуг є досить низькою.

Для визначення конкурентного статусу країн у сфері надання туристичних послуг експерти Всесвітнього економічного форуму у співпраці з представниками Booz & Company, Deloitte, Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Міжнародного союзу охорони природи (IUCN), Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (WTTC) щорічно розробляють індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (TTCI). Цей індекс дозволяє визначити перешкоди для успішного розвитку туризму на національному рівні та розробити конкретні заходи для покращення конкурентоспроможності держав на світовому ринку туристичних послуг.

Один з чотирнадцяти тематичних розділів інтегральної оцінки конкурентоспроможності країни у галузі подорожей та туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)) — має назву Environmental Sustainability (Стабільний розвиток навколошнього середовища) і включає десять критеріїв екологічної відповідальності бізнесу, держави та громадськості країни у галузі туризму. А саме, 1) жорсткість екологічних норм; 2) дотримання екологічних норм; 3) стабільний характер розвитку індустрії туризму; 4) концентрація твердих частинок у великих містах; 5) кількість ратифікованих країною природоохоронних договорів; 6) базовий водний стрес; 7) кількість видів флори і фауни, які перебувають під загрозою зникнення; 8) зміна площі лісів; 9) очищення стічних вод; 10) навантаження на прибережний шельф [5].

У методіці Всесвітнього економічного форуму (WEF) з побудови індексу глобальної конкурентоспроможності в туризмі (TTCI) тематичний розділ Environmental Sustainability за кількістю критеріїв поступається лише розділу, присвяченому оцінці бізнес-середовища (Business Environment). Незважаючи на зростання в сучасному світі рівня небезпеки та соціальних втрат країн від військових дій та тероризму, екологічна безпека залишається однією з визначальних складових конкурентоспроможності туризму.

Аналізу даної проблеми приділяється увага вітчизняних дослідників, зокрема, О. М. Адаменко, Я. О. Адаменко, В. О. Булмасов, А. Г. Рогожин, О. В. Шкарупа та ін.

Екологічна ситуація у Львівській області, як і в Україні загалом, залишається напружену, що створює низку проблем для мешканців регіону. Причинами такого стану є повільні темпи модернізації виробничих циклів з перевагою використання ресурсоємних технологій виробництва; стан системи водовідведення; накопичення

значних обсягів відходів; відсутність ефективних способів їх збирання та зберігання; прояв небезпечних геологічних процесів; недосконалість транспортних розв'язок; висока щільність забудови територій; низька екологічна свідомість населення; відсутність низки правових норм [6]. Оцінка стану природного середовища в області свідчить, що практично немає природних компонентів екосистеми, які б не зазнавали постійного негативного антропогенного впливу.

Львівська область становить 3,6 % території України і займає 21,8 тис. км². Область складається з 20 районів, найбільшим за територією є Сокальський (1570 км²), а найменшим — Миколаївський (692 км²).

Напружена екологічна ситуація на Львівщині пов'язана з функціонуванням великих підприємств гірничовидобувної, хімічної та паливно-енергетичної промисловості, що в свою чергу призводить до забруднення атмосфери двох видів ареального і лінійного. Перший характерний для найбільших промислових центрів — Львова, Дрогобича, Борислава, Червонограда, Яворова, Нового Роздолу, Сокала, на які припадає основна частина викидів шкідливих речовин у повітря. Другий пов'язаний із забрудненням атмосфери вздовж автомагістралей внаслідок інтенсивного руху транспортних засобів.

Згідно даних моніторингу області можна виділити шість екологічно небезпечних об'єктів (табл. 1) [2].

Таблиця 1
Перелік екологічно небезпечних об'єктів

Назва об'єкту	Вид економічної діяльності	Відомча незалежність (форма власності)
Добротвірська ТЕС	Виробництво та розподілення електроенергії	Державна власність
Управління магістральних газопроводів «Львівтрансгаз»	Транспортування природного газу	НАК «Нафтогаз України»
ДП Львівутгіля	Добувна промисловість	Державна власність
МКП «Збирачка» (Львівське сміттєзвалище)	Інше виробництво	Комунальна власність
Роздільське ДГХП «Сірка»		Державна власність
Львівське міське комунальне підприємство «Львівводоканал»	Обробка стічних вод	Комунальна власність

У Львівській області найбільше забрудненими містами є: Львів, Дрогобич, Борислав, Червоноград та Сокаль (рис. 1).

Серед спектру екологічних проблем у Львівській області найактуальнішою залишається проблема відходів. На території області щорічно утворюється близько 5 млн. м³ твердих побутових відходів і на сьогоднішній день існує 51 полігон твердих побутових відходів. Значну загрозу в області складають небезпечні відходи, яких на території області є 50 млн. т.

Оцінюючи екологічний стан Львівської області можна виділити основні екологічні проблеми. Одна з яких очищення зворотних вод, полягає в застарілому обладнанні та методиці очищення води. Друга важлива проблема полягає у техногенному навантаженні області в результаті чого спостерігаються зсуви процеси, підтоплення, накопичення промислових відходів та забруднення атмосфери.

Складну екологічну ситуацію доповнюють проблеми зі збереженням і охороною біорізноманіття. Загалом, можна виділити ряд тенденцій позитивного й негативного характеру.

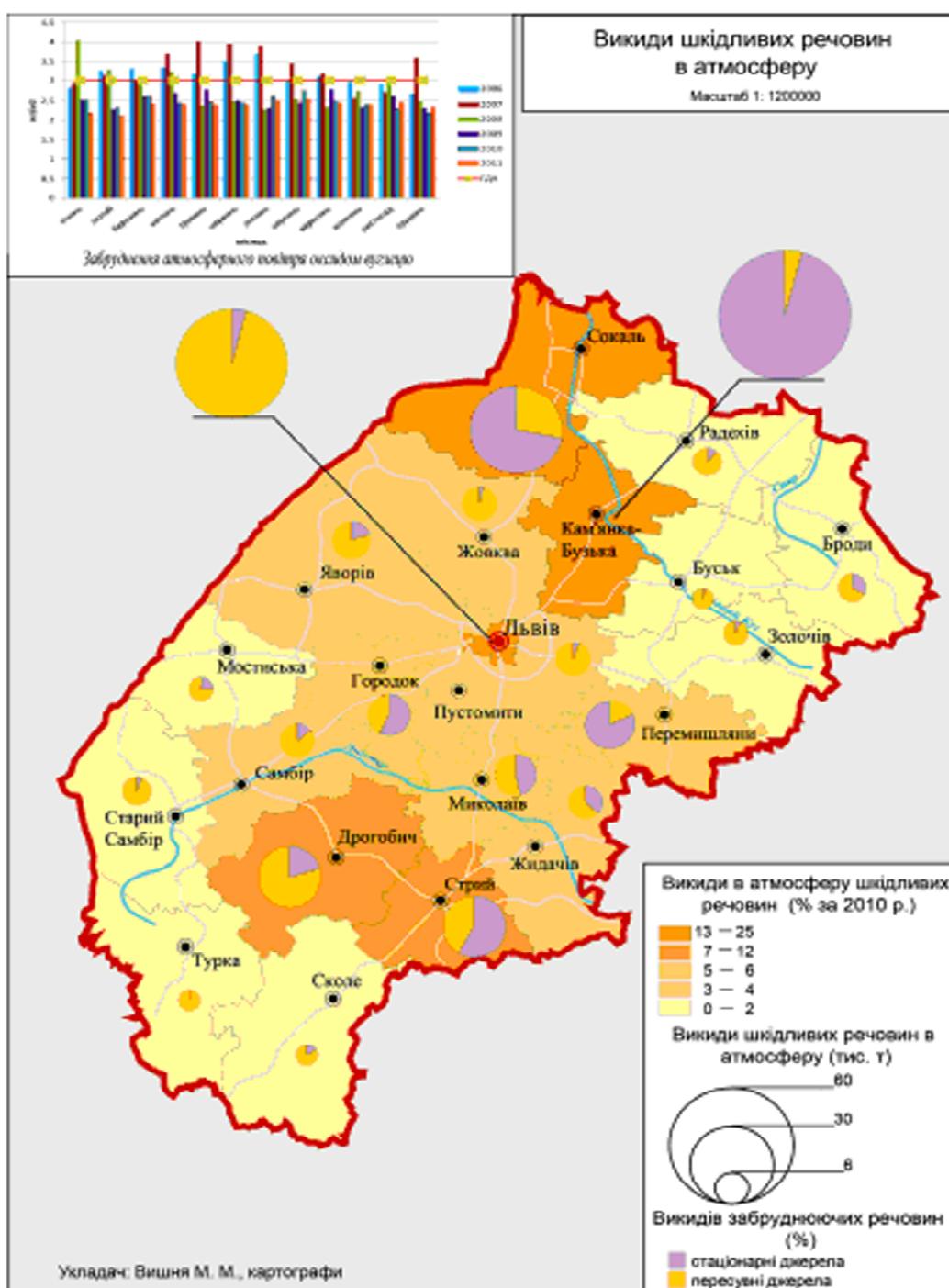


Рис. 1. Кarta викидів шкідливих речовин [3]

До позитивних тенденцій належать:

- зростання уваги міського самоврядування до проблем екологічної політики;
 - розробка програм екологічного розвитку території за допомогою інструментів державної політики;
 - розвиток співробітництва з іншими країнами щодо вирішення складних екологічних проблем.

Серед негативних тенденцій є:

- забруднення поверхневих вод через скидання неочищених стоків у водойми;
- зростання забруднення атмосфери біля автомагістралей;
- не належне фінансування екологічних програм на місцевому рівні.

Безсумнівно, екологічні проблеми стримують розвиток туризму у Львівській області. Незважаючи на це, туризм є однією із двох пріоритетних галузей економіки у регіоні, який входить до п'ятірки найпривабливіших та найпопулярніших туристично-реакреаційних регіонів України, має надзвичайно високий туристичний потенціал, де ринок послуг відпочинку та оздоровлення є одним з найперспективніших в Україні. Завдяки великій кількості культурних і архітектурних пам'яток Львів внесено до списку Світової спадщини ЮНЕСКО [12].

Львівська область характеризується високим потенціалом туристичних ресурсів і, в той же час, невисоким обсягом їх освоєння, наявністю багатого природного потенціалу і одночасно низьким ступенем його використання в туристичних цілях [4].

За даними Державного управління охорони навколошнього природного середовища у Львівській області, на території області є більше 300 об'єктів природно-заповідного фонду, з них — 25 загальнодержавного і 304 — місцевого значення. Туристів приваблюють історико-культурні пам'ятки, більша частина яких зосереджена у м. Львові, також значну частину становлять лікувально-оздоровчі ресурси, які забезпечують розвиток курортів — м. Трускавець, смт Східниця, м. Моршин, смт Немирів, смт Великий Любінь, смт. Шкло, що є популярними не лише на території України але й закордоном [12].

Львівську область відвідують туристи з цілого світу. Значну кількість туристів 35 % становлять туристи з Польщі, Білорусії, Латвії, Німеччини, США, Туреччини, Австрії і т. д. а також 65 % внутрішні туристи.

Павліш Л. В. зазначає, що для оцінки туристичного потенціалу Львівської області доцільно виявити слабкі і сильні сторони за допомогою SWOT-аналізу. Отже, серед недоліків автор визначає недосконалість законодавчої бази, незадовільний стан доріг, неефективне використання туристично-реакреаційного потенціалу в сільській місцевості та недостатню розвиненість інфраструктури готельно-туристичного комплексу [8].

З метою усунення основних недоліків, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі Львівщини, Управлінням туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації було розроблено «Програму розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014–2017 роки» [10], яка має стати концептуальною базою довгострокового розвитку туризму в області як високорентабельної галузі економіки, важливого засобу культурного та духовного виховання мешканців і гостей області [11].

Аналіз показує, що Львівська область має необхідні передумови для забезпечення сталого туризму в регіоні який забезпечуватиме економічну ефективність розвитку бізнесу і зменшить кількість плинності кадрів закордон. Проте, як і в кожному регіоні існує ряд факторів, що гальмують створення якісного туристичного продукту.

Проаналізувавши ефективність результатів діяльності туристичної сфери Львівської області, можна зазначити, що основною метою місцевої політики в сфері туризму має стати формування конкурентоспроможного туристичного продукту, що забезпечить задоволення потреб вітчизняних та іноземних туристів [8].

Однак, попри значний позитивний соціально-економічний ефект, інтенсивний розвиток туризму може зумовити низку загроз, серед яких важливе місце займає негативний вплив на навколошнє природне середовище.

З огляду на це, надзвичайно актуальною є проблема пошуку нових концепцій розвитку туризму, ключовою метою яких повинна стати поєднання людини і навколошнього середовища.

На нашу думку, можна виділити три основні джерела впливу туризму на довкілля — це самі туристи, заклади гостинності, а також транспортні засоби (рис. 2 [7]).



Рис. 2. Найважливіші джерела негативного впливу туризму на довкілля [7]

Вплив туристичної діяльності на навколошнє середовище може бути як позитивним, так і негативним. Загалом, вплив туризму на довкілля має комплексний характер і проявляється як на локальному (в межах окремих дестинацій та туристичних центрів), так і на глобальному рівні.

Усе різноманіття проявів такого впливу на локальному рівні можна зрештою звести до кількох основних наслідків, а саме:

- надмірне використання природних ресурсів (земельних, водних, енергетичних);
- зниження естетичної цінності ландшафту;
- забруднення повітря і води;
- деградація ґрунтів;
- вплив на живу природу (рослинний і тваринний світ).

На глобальному рівні туризм, як явище планетарного масштабу, має безпосереднє відношення до таких екологічних проблем як глобальні зміни клімату, руйнування озонового шару Землі, скорочення біорізноманіття та зникнення окремих видів [1].

Загострення екологічних проблем туристичної діяльності вимагає пошуку нових векторів розвитку. Одним із них є застосування в туризмі основоположних принципів концепції розвитку.

Управління туристичною сферою на засадах сталого розвитку ґрунтуються на двох основоположних підходах:

- ощадливе використання природних ресурсів та мінімізації шкоди для довкілля;
- забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку туристичних регіонів.

Для поліпшення екологічної ситуації в регіоні, як передумови розвитку індустрії туризму, необхідна підготовка кадрів туристичної сфери, які сприяли б покращенню екологічної безпеки.

Екологічна підготовка фахівців у сфері туристичного бізнесу має стати складовою частиною стратегії розвитку туристичного бізнесу в Україні. Володіючи значими туристичними ресурсами, потенціалом, досвідом та інтелектом, наша країна зможе в

короткий термін, на основі розробленої стратегії забезпечити безпечний розвиток туризму. Водночас, буде зроблено важливий крок у формуванні системи стратегічних рішень, що визначають майбутнє не лише туристичного бізнесу, а й соціально-економічного розвитку України в цілому.

Отже, погіршення стану навколошнього середовища, яке на сьогодні набуло характеру глобальної екологічної кризи, негативно позначається на розвитку туристичної галузі. З іншого боку, вплив туристичної діяльності на довкілля має глобальний характер і при нинішніх темпах використання туристичних ресурсів може привести до незворотніх надслідків.

Саме тому, розвиток туризму на сучасному етапі повинен базуватися на основоположних принципах сталого розвитку, що передбачає раціональне використання природних ресурсів і зменшення шкоди для довкілля. Запровадження принципів збалансованого управління туристичним розвитком слугуватиме кращому використанні туристичних ресурсів та сприятиме різноплановому розвитку території в наданні якісних послуг. Тому, необхідна розробка науково обґрунтованої концепції управління туристичними ресурсами це дасть можливість на якісно новій основі вирішувати проблеми застосування інвестицій, формування сучасної туристичної інфраструктури, покращання екологічної ситуації регіону.

Ресурсна база Львівської області має унікальний туристичний потенціал, спроможний забезпечити розвиток національного туристичного продукту і вихід його на міжнародні ринки. Крім того, необхідність розвитку цієї галузі в регіоні зумовлена об'єктивною потребою збереження навколошнього середовища, природних ресурсів, культурної спадщини, людського потенціалу та його духовності, розв'язання проблем зайнятості та безробіття, що є сьогодні актуальним для малих міст і сіл України.

Література

1. Барановський В. А. Екологічний атлас України [Текст] / Барановський В. А. — К. : Географіка, 2000. — 42 с.
2. Варналій З. С. Соціально-економічний розвиток регіонів України: тенденції та стратегічні пріоритети [Текст] : моногр. / З. С. Варналій. — К. : Знання України, 2005. — 498 с.
3. Вишня М. М. Екологічний стан Львівської області [Електронний ресурс] / М. М. Вишня // Часопис картографії. — 2012. — Вип. 5. — С. 113–119. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ktvsh_2012_5_17.
4. Долішній М. І. Проблеми та перспективи забезпечення інноваційного розвитку національної економіки та її регіонів [Текст] : Вісник Львівської комерційної академії. — Сер.: Економічна. — Львів : вид-во Львівської КА, 2005. — № 18, ч. I. — С. 3–6.
5. Заячковська Г. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей і туризму [Текст] / Економічний аналіз. — 2010 р. — Випуск 7. — С. 407–410.
6. Комплексна екологічна програма на 2012–2016 рр. для міста Львова. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://www.google.com.ua/webhp?ie=utf-8&oe=utf-8&gws_rd=cr&ei=zlGXVvvbNMiWsAHb1bK4Aw#q.
7. Кучинська І. В., Бомба М. Я. Екологічні проблеми туристичної діяльності та шляхи їх вирішення у контексті сталого розвитку [Текст] // Вісник Львівського інституту економіки і туризму. Серія: Економічні науки. — № 6. — Львів : ЛІЕТ, 2011. — С. 234–247.
8. Павліш Л. В. Торгівля, комерція, підприємництво [Текст] / Павліш Л. В. — 2013. — Випуск 15. — С. 124–128.
9. Природничі основи екологічного моніторингу Карпатського регіону [Текст] : моногр. / О. М. Адаменко, Я. О. Адаменко, В. О. Булмасов та ін. — К : Манускрипт, 1996.
10. Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014–2017 роки [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.oblrada.lviv.ua>.
11. Рекреаційний потенціал Львівщини [Текст] : статист. збірник. — Львів : Головне управління статистики у Львівській обл., 2012. — 96 с.

12. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти [Текст] / Савіцька О. П., Савіцька Н. В. // Вісник НУ «Львівська політехніка». — 2013. — № 754. — С. 68–74.

13. Шкарупа О. В. Еколо-економічна оцінка стану регіону в контексті екологічно сталого розвитку [Текст] : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.06 / Олена Василівна Шкарупа; Сумськ. держ. ун-т. — Суми, 2008. — 21 с.

Паньків Н. Е., Шумык У. П.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ ВО ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

Проанализированы и обобщены сведения относительно экологической ситуации во Львовской области. Выделены основные экологические проблемы Львовщины и факторы, которые влияют на развитие туризма. Проанализированы преимущества и недостатки развития туристической сферы Львовщины. Рассмотрены основные негативные последствия влияния туризма на окружающую среду и перспективы улучшения экологического состояния области.

Ключевые слова: экологическое состояние, загрязнение, окружающая среда, туризм, устойчивое развитие.

Pankiv N. Ye, Shumyk U. P.

ENVIRONMENTAL SITUATION IN LVIV REGION AND ITS IMPACT ON TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION

Analyzed and generalized information about the environmental situation in Lviv region. The main environmental problems of Lviv and the factors that influence the development of tourism. The advantages and disadvantages of tourism development in Lviv region. The main negative effects of tourism on the environment and prospects for improving the ecological state of the region.

Keywords: environmental condition, pollution, environment, tourism, sustainable development.

УДК 316 :477(504.03:338.48)

Гальків Любов Іванівна, д. е. н., професор,
Львівська комерційна академія,
Килин Оксана Василівна, к. е. н., доцент,
Стручок Наталія Миколаївна, к. е. н.,
Львівський інститут економіки і туризму

БЕЗПЕКА СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ: ЕКОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Досліджено підходи до розуміння категорії «соціальна система» та виділено ключові її риси. Розкрито зміст безпеки туризму. Узагальнено підходи до трактування екологічної безпеки і сформульовано означення екологічної безпеки туризму. Обґрунтовано роль екологічної складової розвитку туризму.

Ключові слова: соціальна система, безпека, екологічна безпека, екологічний туризм, екологічність туризму, екологізація туризму.

Сучасна наука констатує наявність глобальної екологічної кризи на тлі парадоксальної ситуації: покращення матеріального добробуту людства породжує небезпеки для його подальшого існування. Ця проблема вимагає комплексу геополітичних рішень, у тому числі в царині екологічної безпеки.

Висхідна динаміка досліджень вітчизняних науковців, що присвячені вивченню екологічних загроз та небезпек, свідчить про викристалізування в рамках теорії безпеки соціальних систем нового напряму — екологічного. Відтак, екологічна безпека як наука, перебуваючи в процесі становлення, вимагає поглиблених наукових досліджень. Окремої уваги заслуговують наукові розвідки теоретико-методологічного спрямування, зокрема щодо туризму як соціальної системи і об'єкта безпеки.

С. Азаров, В. Сидоренко, Ю. Середа [1] позиціонують екологічну безпеку як природничу наукову дисципліну, проте, окреслюючи її предмет, вони не обмежуються встановленням закономірностей взаємодії природних систем, а розглядають також й соціально-економічні структури.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні екологічних зasad розвитку туризму у рамках теорії безпеки соціальних систем.

На наше переконання, індустрію туризму загалом та її господарюючі суб'єкти зокрема можна розглядати крізь призму теорії соціальних систем. Останніми вважаються:

— соціальні інститути й організації, соціальні групи/спільноти, суспільство певної країни або соціум в планетарному масштабі [2, с. 220];

— упорядковані відносини між акторами і колективами, організовані як постійні соціальні практики [3, с. 99];

— сукупності носіїв і передавачів певних знань про соціальну реальність [2, с. 223].

Узагальнивши погляди В. Беха [2], О. Вєдрова [4], О. Каховської [5] на опис соціального світу, та, виходячи з рис соціальних утворень й теорії систем, нами виділено визначальні риси соціальної системи (рис. 1).

Соціальна система «туризм–навколошне природне середовище» попри збереження деякої самодостатності і функціональної самостійності перманентно еволюціонує. Високі темпи змінювання стану порядку соціальної системи призводять до його розбалансування, критичного нарощання невизначеності, що загрожує її існуванню. Відтак, постає проблема дослідження чинників безпекозабезпечення розвитку туризму.

Потребу у безпеці туризму слід розглядати невіддільно від її антипода — небезпеки. Тільки «у дихотомії «безпека–небезпека»» можна встановити онтологічні витоки

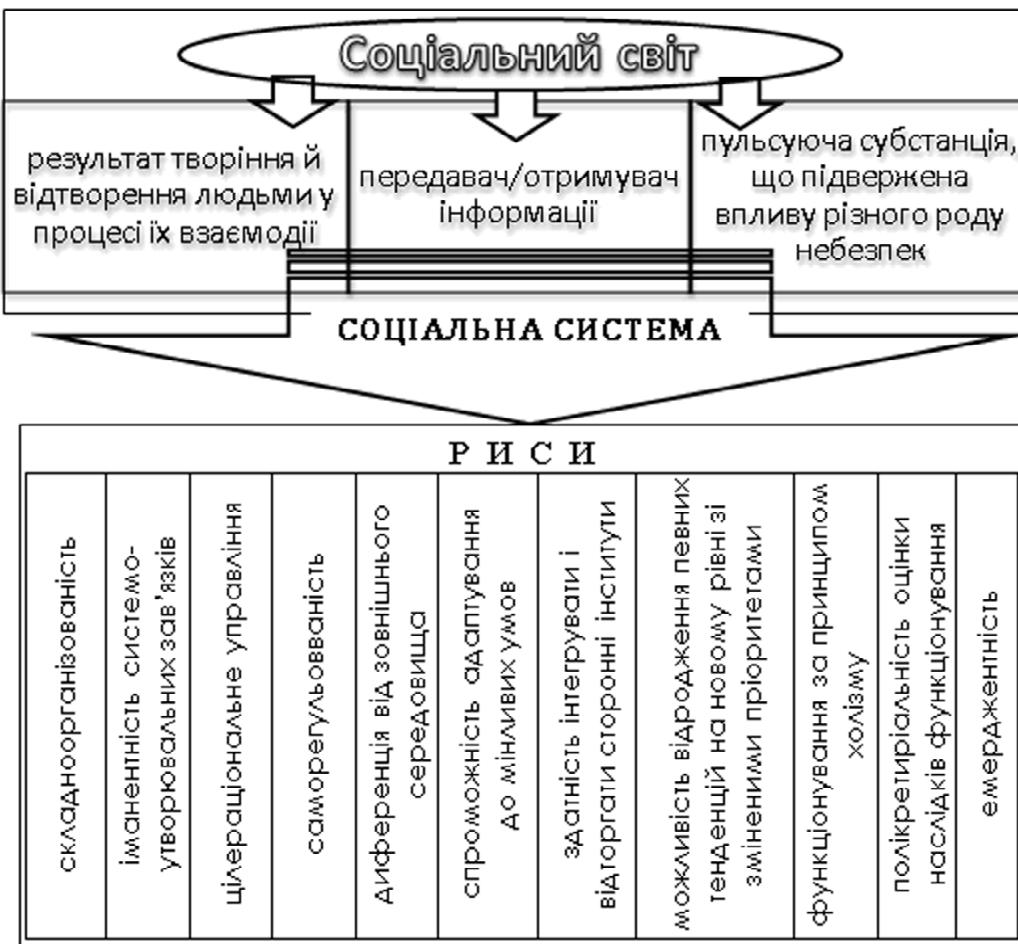


Рис.1. Визначальні риси соціальної системи як елемента соціального світу

безпеки та сформулювати гносеологічні засади безпекозабезпечувальної діяльності» [6, с. 28]. Зрозуміло, що імперативом розвитку індустрії туризму є зниження рівня небезпеки для її учасників.

А. Голод, характеризуючи безпеку туризму як стан функціонування туристичної сфери у визначений період часу, що характеризується відсутністю загроз і таким поєднанням туристичних ресурсів та інфраструктури, яке дозволяє забезпечити стабільний розвиток конкретної територіальної рекреаційної системи у майбутньому [7, с. 192], декомпозицію її структури виражає через економічну безпеку (безпеку туристичного бізнесу); безпеку геоторій, дестинацій (туристичних об'єктів); безпеку туристів (безпеку в туризмі).

Концептуально можна виокремлювати безпеку туризму, з одного боку, як відсутність небезпеки для функціонування туристичної сфери, а, з другого, — як захищеність від цієї небезпеки. У першому випадку процес забезпечення безпеки полягає у реагуванні туристичної сфери на небезпеку, в іншому — у запобіганні її виникненню та нейтралізації загроз. У колі останніх для здійснення туристичної діяльності й захисту майна, здоров'я, життя туристів чільне місце посідає проблема екологічної безпеки.

Аналіз дефініцій екологічної безпеки у вітчизняних дисертаційних дослідженнях показує, що цю категорію найчастіше трактують як стан захищеності від «... негативних впливів природного та техногенного характеру» [8, с. 9], від загроз з боку природних об'єктів, природні властивості яких змінені шляхом забруднення, засмічування, у т. ч.

під впливом екологічних диверсій; дії природних явищ і стихійних лих; незабезпеченості природними ресурсами [9, с. 11]. До того ж, рівень негативних впливів загроз екологічного спрямування має контролюватися.

Відтак, екологічна безпека туризму означається нами як стан захищеності туристичної сфери від ймовірного деструктивного впливу з боку навколошнього природного середовища, від кількісних та якісних втрат екоресурсного потенціалу рекреаційної системи, рівень яких загрожує сталому розвитку туризму. Концепція сталого розвитку туризму ґрунтуються на врівноваженні узгодженості інтересів між ефективністю туристичної індустрії суспільної системи та її «життєдайнним» («самопідтримуючим», всебічно збалансованим) коеволюційним поступом, що здійснюється на засадах:

- оптимального використання природних ресурсів;
- збереження природної спадщини та біотичного різноманіття;
- екологізації відтворювальних процесів;
- пошанування соціокультурної самобутності місцевих громад;
- етичної та соціальної відповідальності бізнес-середовища.

Оскільки туризм позиціонують як один із найбільш «екологічних природокористувачів», постільки зв'язок туристичної та природоохоронної діяльності є діалектичним та взаємозалежним, а їх деструктивний вплив носить зустрічний характер. Тому туристичну діяльність із позиції екологічної безпеки доцільно розглядати у двосторонньому звізі — об'єкта, на який впливають екологічні фактори, і суб'єкта, що використовує ресурси екосистем (рис. 2).

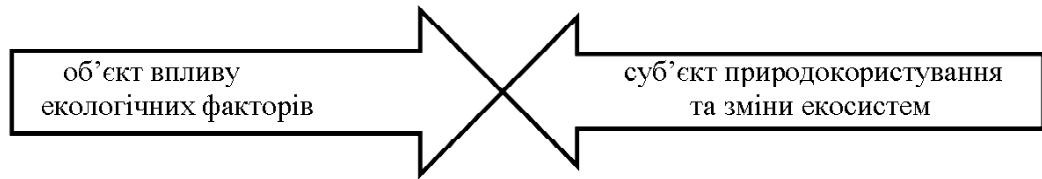


Рис. 2. Дуалізм туристичної діяльності із позиції екологічної безпеки

Наприкінці минулого століття наукова мова туристики збагатилася низкою понять, що мають екологічне спрямування: «екологічність туризму», «екологізація туризму», «екологічний туризм». Їх стрімке поширення ідентифікується в наукових колах як «термінологічний вибух» і пояснюється реакцією соціуму на масивний розвиток неконтрольованого традиційного туризму, що спричиняв дергадційний вплив на природу.

Поняття «екологічність туризму» характеризують, по-перше, як ступінь і характер впливу «індустрії туризму на навколошнє середовище (атмосферу, водні ресурси, ґрунт, флору і фауну)» [10]; по-друге, — як конкретні заходи щодо збереження, відновлення та популяризації екологічних ресурсів територіальної системи. Відповідно двобічно можна розглядати й неекологічність туризму.

Термін «екологізація» у площині туристики найбільш широко можна трактувати як «зведення до мінімуму негативного навантаження туристичної діяльності на процеси кругообміну речовин і енергії в природі, рекреаційного навантаження на туристичні об'єкти» [11]. Екологізація туристичної діяльності, наше переконання, — це необхідна умова не лише розвитку сфери туризму, а й суспільного поступу загалом.

Туристика оперує великою кількістю дефініцій поняття «екологічний туризм». Це пояснюється низкою обставин, серед яких виділимо найвагоміші:

- поступ творчої думки у сфері туристики, як і у будь-якій науці, сприяє розширенню, поглибленню, ускладненню дефініцій;

- відмінності в означеннях дефініцій нерідко зумовлені неоднозначністю перекладів понять із закордонних джерел літератури;
- згідно з ВТО, екотуризм «вимагає спеціальної політики, стратегії та програм для кожної країни регіону чи території, забезпечення вигідності, економічної стабільності і прибутковості бізнесу, а також наявності достатніх рекламних матеріалів (але такі ж вимоги необхідні сьогодні і для інших форм туризму» [15];
- виникає плутанина із розумінням особливостей екотуризму (вони властиві практично всім різновидам турів, зорієнтованих на природне середовище), а також його соціальних функцій як атрибутів, що притаманні кожному виду екотуризму;
- деякими авторами «спеціально ускладнюються і заплутуються трактування для отримання фіктивної наукової новизни» [16].

Систематизація дефініцій «екологічного туризму» дозволила виділити топ-п'ятірку ключових маркерів у їх трактуванні:

- подорожжю чи маршрутом;
- спрямований на пізнання стану екосистеми;
- сприяє збереженню та покращенню стану природного середовища;
- чутливий до впливу природи;
- виявляє соціально-економічні ефекти на екотуристські райони.

Екологічність туризму та його екологізацію слід розглядати як базис соціально відповідальної концепції розвитку туристичної індустрії у ХХІ столітті, а екологічний туризм — як дуалістичну взаємозалежність бізнесу та середовища, що забезпечує життєдіяльність населення.

Соціальні системи за походженням є наслідком розумової діяльності; мають енерго-функціональну природу, здатні до самовідтворення; еволюціонують; реагують на різного роду небезпеки. Неважаючи на численні праці, присвячені вивченню проблематики безпеки соціальних систем, існують нові напрямки наукових пошуків у сфері безпеко-логії, до яких можемо віднести вивчення проблем безпеки у сфері туристичної індустрії.

Безпека туризму характеризується захищеністю учасників ринку туристичних послуг і об'єктів, на які спрямована туристична діяльність, від небезпек, здатністю протистояти останнім, забезпечуючи стабільний розвиток рекреаційної системи у перспективі.

Туристичну діяльність у руслі екологічної безпеки доцільно розглядати бінарно: 1) стану захищеності від ймовірного деструктивного впливу з боку екосистеми; 2) не допущення загрозливих втрат екоресурсного потенціалу. Задля попередження таких втрат концепція екологічності туризму та його екологізації мають покладатися в основу соціально відповідальної парадигми розвитку туризму.

Розглянуті у межах даної статті, на наш погляд, можуть бути перспективними у як рамках безпекознавства, так й рамках туристики.

Література

1. Азаров С. І. Становлення екологічної безпеки як наукової дисципліни [Текст] / С. І. Азаров, В. Л. Сидоренко, Ю. П. Середа // Екологічна безпека як основа сталого розвитку суспільства. Європейський досвід і перспективи. Матеріали II Міжнар. наук.-практ. Конф. — Львів: ЛДУ БЖД, 2015. — С. 6–8.
2. Аутопоезис соціальних систем [Текст] : моногр. / За науковою ред. В. П. Беха. — К. : вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова. — 2010. — 746 с.
3. Плотинский Ю. М. Модели социальных процессов [Текст] : учеб. пособ. / Ю. М. Плотинский. — М. : Логос. — 2001. — 296 с.
4. Ведров О. Науки про суспільство та соціальний прогрес : епістемологічні та етичні засади соціальних наук з погляду філософії комунікації [Текст] / О. Ведров. — К. : Стилос. — 2014. — 338 с.

5. Каховська О. В. Соціальність і її забезпечення в транзитивній економіці : теорія, оцінка, механізм регулювання : монографія [Текст] / О. В. Каховська. — Дніпропетровськ : ДРІДУ НАДУ. — 2012. — 347 с.
6. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання: монографія [Текст] / Є. І. Овчаренко. — Лисичанськ : ПромЕнерго, 2015. — 483 с.
7. Голод А. П. Безпека туризму як об'єкт регіональних економічних досліджень [Текст] / А. П. Голод // Інноваційна економіка. — 2014. — № 4. — С. 190–194.
8. Лазаренко В. А. Адміністративно-правове регулювання екологічної безпеки в Україні [Текст] : автореф. дис. канд. юрид. наук : 12.00.07/ В. А. Лазаренко ; Держ. НДІ МВС України. — К., 2010. — 20 с.
9. Нестеренко Н. М. Адміністративно-правові засади реалізації екологічної функції держави [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Н. М. Нестеренко ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. — К., 2011. — 20 с.
10. Куприна Л. Е. Экологичность туризма и экологический туризм [Текст] / Л. Е. Куприна // География и туризм : сб. научн. тр. / Перм. ун-т. — Пермь, 2006. — Вып. 2. — 270 с.
11. Білявський Г. О. Сучасні проблеми ноосферного мислення [Текст] / Г. О. Білявський, М. М. Падун // Наукові записки КІТЕП. — К., 2001. — С. 67–73.
12. Блехцин И. Я. Эколого-экономические аспекты предплановых исследований [Текст] / Под ред. О. П. Литовки / И. П. Блехцин. — Л. : Наука. Ленингр. отд-ние, 1984. — 112 с.
13. Герасимов И. П. Экологические проблемы в прошлом и будущей географии мира [Текст] / И. П. Герасимов. — М. : Наука, 1985. — 247 с.
14. Реймерс Н. Ф. Экология (теории, законы, правила принципы и гипотезы) [Текст] / Н. Ф. Реймерс // Россия молодая, 1994. — С. 224–226.
15. Основні напрямки розвитку міжнародного туризму та шляхи його екологізації у рамках Єврорегіону «Верхній Прут» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://buklib.net/books/33022>.
16. Грішнова О. А. Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку [Текст] / О. А. Грішнова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика . — 2014. — № 1. — С. 34.

Гальків Л. І., Килин О. В., Стручок Н. Н.

БЕЗОПАСНОСТЬ СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ: ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Исследованы подходы к пониманию категории «социальная система» и выделены ключевые ее черты. Раскрыто содержание безопасности туризма. Обобщены подходы к трактовке экологической безопасности и сформулированы определения экологической безопасности туризма. Обоснована роль экологической составляющей развития туризма.

Ключевые слова: социальная система, безопасность, экологическая безопасность, экологический туризм, экологичность туризма, экологизация туризма.

Halkiv L. I., Kylyn O. V., Struchok N. M.

SOCIAL SAFETY SYSTEMS: FUNDAMENTALS OF ENVIRONMENTAL TOURISM

Studied approaches to understanding the category of «social system» and highlighted its key features. The content security tourism. Generalized approaches to the interpretation of environmental safety and environmental safety is formulated definition of tourism. The role of the environmental component of tourism development.

Keywords: social system, safety, environmental security, eco-tourism, ecological tourism, greening of tourism.

УДК 640.41:504.03:311.212 (477.83)

Гринькевич Ольга Степанівна, к. е. н., доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка

ЕКОЛОГІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ЕКОКУЛЬТУРА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ МІСТА: РЕЗУЛЬТАТИ АНКЕТУВАННЯ ГОТЕЛІВ ЛЬВОВА

Розроблено спеціальний інструментарій для якісних та кількісних оцінок рівня еокультури та екологічного середовища розвитку туристичного бізнесу. Здійснено його апробацію у вивченні екосередовища розвитку готельного бізнесу міста Львова. Визначено основні форми прояву еокультури готельного бізнесу Львова та оцінки його менеджерів щодо пріоритетів екологічної політики міста.

Ключові слова: *сталий розвиток, екологічне середовище, екологічна культура, екологічні інновації, готельний бізнес, моніторинг, анкетування.*

Історичні перемоги та трагедії розвитку людства змушують його цивілізовану частину замислюватись над формуванням глобальних ідей, принципів і концепцій, які забезпечують суспільне виживання і розвиток. Одна з таких глобальних ідей задекларована в Ріо-де Жанейро (Бразилія) під час саміту «Планета Земля». Під егідою ООН світове співтовариство вперше у 1992 році задекларувало ідею сталого розвитку людства як стратегію виживання у ХХІ столітті. Як зазначає Л. Рижак [6, с. 5–6] «наступні саміти виявили не лише практичні проблеми, а й потребу в теоретичному осмисленні сталого розвитку». Одним із основних підсумків Конференції ООН зі сталого розвитку ООН («Rio+20»), яка пройшла у 2012 році в Ріо-де-Жанейро [4; 10] стало рішення вивчити можливість використання соціальних і екологічних показників у якості альтернативи ВВП як міри добробуту і багатства. Важливість поєднання соціальних, економічних та екологічних критеріїв в оцінюванні суспільного розвитку обумовлює актуальність досліджень, пов’язаних з розробкою статистичних, соціологічних та маркетингових інструментів такого оцінювання.

Результатом теоретичного осмислення ідей сталого розвитку людства став розвиток понятійного апарату, зокрема появи таких понять як «екологічна культура», «етика бізнесу», «екологізація економіки», «зелена економіка», «корпоративна соціальна відповідальність». Водночас з’явилася ціла низка конкретних практично орієнтованих проектів, мета яких — забезпечити збалансований розвиток економічних, соціальних та екологічних цілей розвитку суспільства. На підтвердження цих слів важливо навести такі два аргументи.

По-перше, активне впровадження у практику бізнесу проектів соціальної відповідальності. Так, міжнародна ініціатива Глобальний договір ООН (UN Global Compact) на добровільній основі об’єднує компанії з різних країн світу з метою підтримки універсальних принципів соціальної та екологічної відповідальності. Серед таких принципів превентивний підхід до екологічних викликів; підтримка ініціатив, спрямованих на підвищення екологічної відповідальності; заохочення, розвиток і поширення екологічно безпечних технологій [11].

По-друге, визнання на міжнародному рівні, зокрема, в оцінюванні глобальної конкурентоспроможності країни в туризмі, важливості як історико-культурних, природних ресурсів країни, так і її зусиль в охороні навколошнього середовища. Один із чотирнадцяти тематичних розділів інтегральної оцінки конкурентоспроможності країни у галузі подорожей та туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)) має назву Environmental Sustainability (Сталий розвиток навколошнього середовища) і включає десять критеріїв екологічної відповідальності бізнесу, держави та громадськості країни у галузі

туризму, а саме, 1) жорсткість екологічних норм; 2) дотримання екологічних норм; 3) сталий характер розвитку індустрії подорожей і туризму розвитку; 4) концентрація твердих частинок у великих містах; 5) кількість ратифікованих країною природоохоронних договорів; 6) базовий водний стрес; 7) кількість видів флори і фауни, які перебувають під загрозою зникнення; 8) зміна площі лісів; 9) очищення стічних вод; 10) навантаження на прибережний шельф.

У методиці Всесвітнього економічного формум (WEF) з побудови індексу глобальної конкурентоспроможності в туризмі [8] тематичний розділ Environmental Sustainability за кількістю критеріїв поступається лише розділу, присвяченому оцінці бізнес-середовища (Business Environment). Незважаючи на зростання в сучасному світі рівня небезпеки та соціальних втрат країн від військових дій та тероризму, екологічна безпека продовжує залишатися однією з визначальних складових конкурентоспроможності туризму.

Актуальність теоретичних розробок і практичних заходів у забезпеченні сталого розвитку навколошнього середовища, у тому числі екологічного середовища туристичного бізнесу, набуває ще більшої ваги після підписання Україною 21 березня 2014 року політичної частини Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. У тексті Угоди зазначається відданість української сторони «посиленню співробітництва у сфері захисту навколошнього середовища та принципам сталого розвитку і зеленої економіки» [7, UA/EU/ua 7].

У реалізації принципів сталого розвитку, одним із першочергових завдань, на нашу думку, має стати формування і розвиток екологічної культури туристичного бізнесу. Поняття екологічної культури бізнесу в Україні є відносно новим, а його появі зумовлена розвитком екологічних ініціатив бізнесу у рамках проектів соціальної відповідальності. Огляд сучасної наукової літератури дає підстави сформулювати висновок про розуміння екологічної культури як складової корпоративної соціальної відповідальності. Так, наприклад, М. В. Бережна у статті, присвяченій екологічній відповідальності суб'єктів підприємництва, звертає увагу на низький рівень екологічної культури підприємств, недосконалу економіко-правову базу екологічної відповідальності як основні індикатори низького рівня екологічного управління в Україні [1, с. 347]. У нашому розумінні екологічна культура бізнесу — це прийнята суб'єктами бізнесу та виражена у їхніх рішеннях і діях система цінностей, які забезпечують участь бізнесу у реалізації цілей збереження та відтворення екосередовища. Відсутність публікацій прикладного характеру з питань взаємозв'язку стану екосередовища бізнесу та його власної екологічної культури зумовило тематику авторського дослідження.

Метою даного дослідження є побудова кількісних оцінок та якісний аналіз стану і динаміки розвитку основних складових сталого розвитку екосередовища туристичного бізнесу. Відповідно до поставленої мети визначені такі основні завдання:

- з'ясувати стан та динаміку екологічної безпеки розвитку туризму з точки зору суб'єктивних оцінок менеджерів готельного бізнесу;
- оцінити рівень важливості вирішення екологічних проблем з точки зору перспектив розвитку туристичного бізнесу;
- визначити основні види екологічних інновацій готельного бізнесу як індикаторів його екологічної культури.

Об'єктом дослідження виступили готельні заклади різної категорії та розмірів у місті Львові. Обсяг вибірки становив 20 одиниць або 35,7 % загальної кількості закладів готельного типу юридичних осіб міста. Довідкові дані про назви, фактичне місце розташування та розмір КЗР (великий, середній, малий) отримано автором на підставі інформаційного запиту до Головного управління статистики у Львівській області.

Для проведення дослідження розроблено спеціальний інструментарій — анкету для опитування менеджерів готелів міста Львова. Зміст інструментарію дослідження та організаційні питання його проведення погоджувалися з експертами Львівського туристичного альянсу, Львівського інституту економіки та туризму та Львівського національного університету імені Івана Франка. Інтерв'юєрами анкетного опитування. Яке відбувалося протягом жовтня 2015 року, виступили студенти другого курсу напряму підготовки «Менеджмент» Львівського інституту економіки і туризму. Результати анкетування дають підстави сформулювати такі основні висновки.

Відповіді респондентів на перше запитання анкети «Як оцінюють менеджери готельного бізнесу стан основних складових екосередовища міста?» вказують на те, що саме якість води і повітря мали б стати пріоритетними об'єктами уваги в екологічній політиці міста (рис. 1).

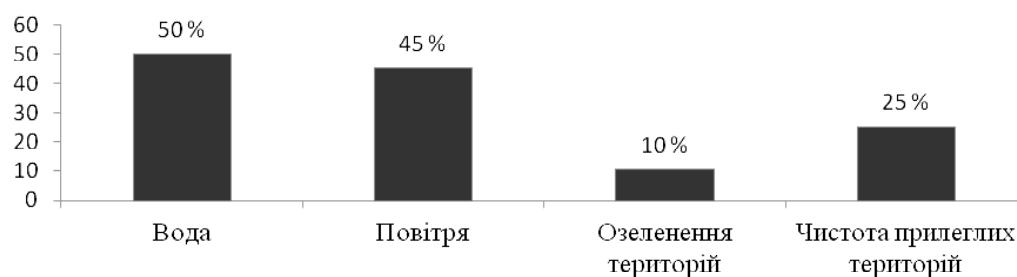


Рис. 1. Відсоток респондентів, які оцінюють рівень якості окремих складових екосередовища м. Львова як «низький і дуже низький» (за результатами анкетування, м. Львів, жовтень 2015 р.)

Серед позитивних оцінок важливо відзначити, що кожен четвертий респондент охарактеризував рівень озеленення міста як високий. 20 % респондентів оцінили на високому рівні чистоту прилеглих територій.

На підставі розрахунку балансу відповідей щодо оцінки динаміки якості основних складових екосередовища міста Львова можна стверджувати, що негативний баланс ($+0 \% - 30 \% = -30 \%$) відповідей, а відтак, негативна динаміка має місце в результатах оцінювання якості повітря.

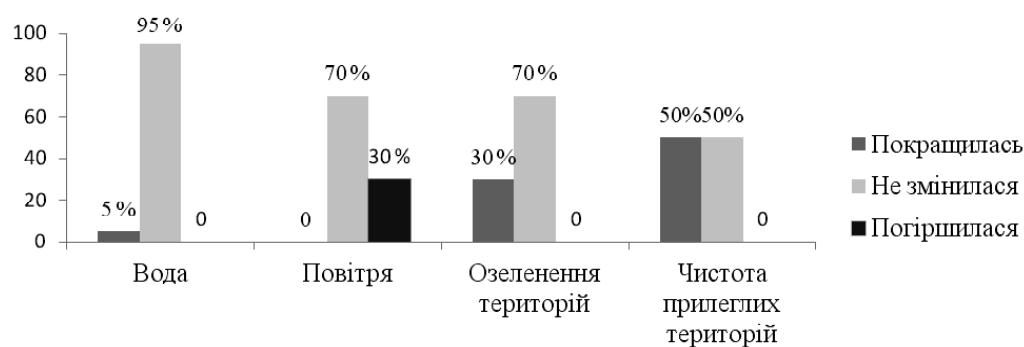


Рис. 2. Оцінка респондентами характеру зміни якості окремих складових екосередовища м. Львова, % до загальної кількості респондентів (за результатами анкетування, м. Львів, жовтень 2015 р.)

Кожний третій респондент вказав на погіршення якості повітря у м. Львові. Водночас найбільший позитивний баланс динаміки має місце у покращенні чистоти прилеглих територій (+50 %) та рівня озеленення міста (+30 %).

Оцінки якості повітря в експертному середовищі готельного бізнесу Львова кореляють з офіційною статистикою Львівської області щодо стану навколошнього середовища міст обласного значення. Як свідчать дані рис. 3, обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферу стаціонарними джерелами забруднення у містах області за період 2001–2014 років зрос майже вдвічі (на 70,7 %).

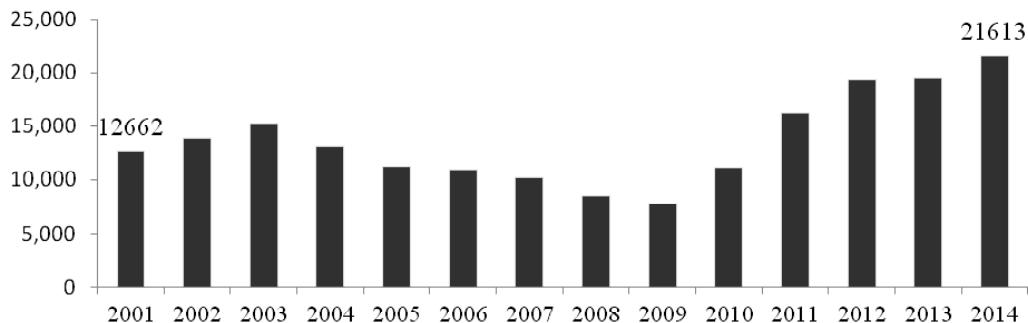


Рис. 3. Викиди шкідливих речовин у містах обласного значення Львівщини в атмосферу стаціонарними джерелами забруднення, т. (побудовано автором за [2])

Неоднозначною є екологічна ситуація у містах Львівщини з точки зору скидання стічних вод у поверхневі водні об'єкти. Після різкого зростання цього показника у 2005–2007 роках, обсяги водовідведення суттєво зменшилися, але збереглися проблеми скидання забруднених стічних вод у поверхневі об'єкти міст області (рис. 4).

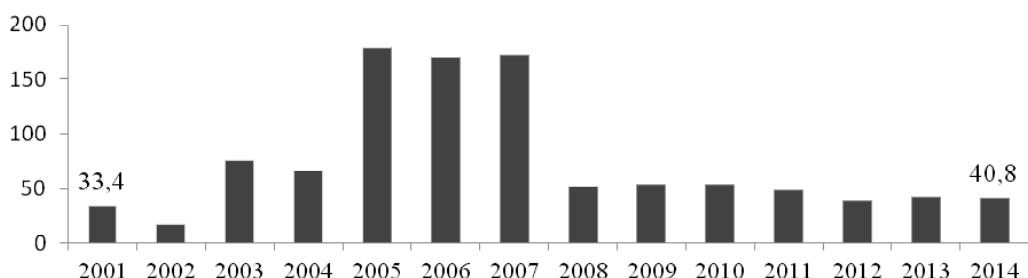


Рис. 4. Водовідведення (скидання) стічних вод у містах обласного значення Львівщини у поверхневі водні об'єкти, млн. куб. м. (побудовано автором за [3])

Одним із завдань дослідження було з'ясувати думку менеджерів готельного бізнесу Львова щодо пріоритетності вирішення екологічних проблем міста.

Як свідчать результати анкетування, наведені на рис. 5, найбільш актуальним завданням у підвищенні якості екосередовища готельного бізнесу його менеджмент вважає вирішення проблем з побутовими відходами.

Водночас аналіз відповідей показав, що у визначені пріоритетів немає однозначних оцінок. Майже 30 % респондентів вважають найбільш пріоритетним для розвитку готельного бізнесу озеленення територій, 15 % на перше місце поставили проблему зменшення негативних наслідків промислових викидів.

Незважаючи на фінансові та економічні проблеми, спад ділової активності туристичного бізнесу у зв'язку з військовими подіями на сході країни, жоден із представників цього бізнесу не вказав, що екологічні інновації є для них неактуальними (рис. 6).

Разом із тим порівну розділилися відповіді менеджерів готелів, які визнають важливість екологічних ініціатив, але вказують на відсутність необхідних фінансових ресурсів для їх ширшого впровадження.

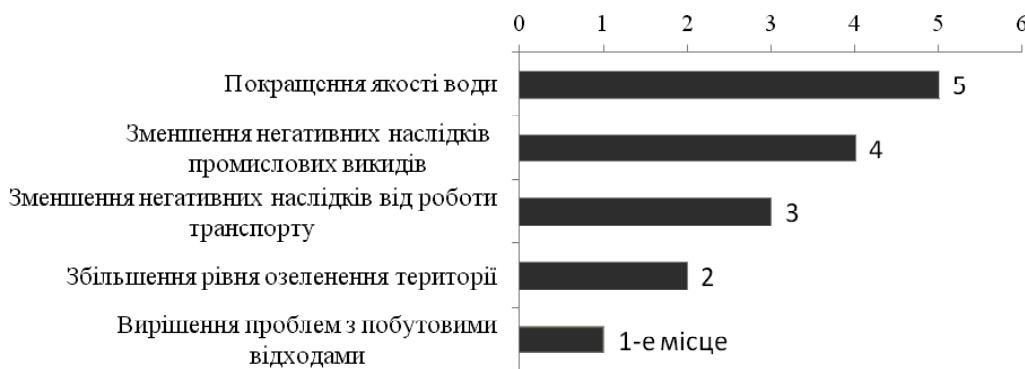


Рис. 5. Пріоритетність вирішення екологічних проблем у м. Львові (за результатами анкетування, м. Львів, жовтень 2015 р.)

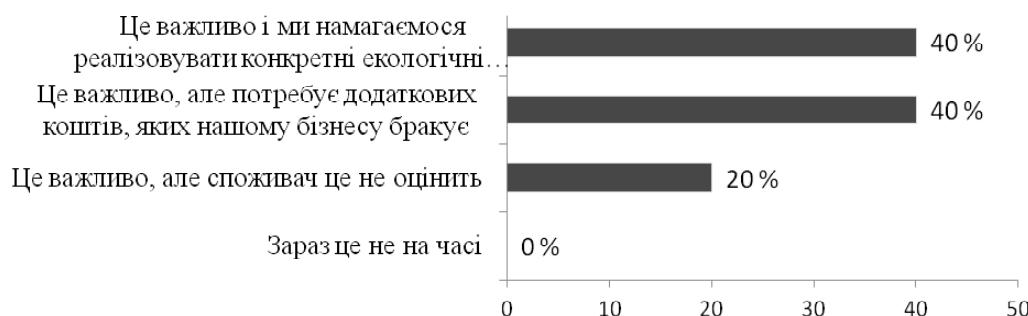


Рис. 6. Важливість, на думку менеджерів готельного бізнесу, впроваджувати екологічні інновації (за результатами анкетування, м. Львів, жовтень 2015 р.)

Результати опитування респондентів готельного бізнесу вказують на те, що найбільш поширеним видом екологічних інновацій у цьому виді туристичного бізнесу є використання енергоефективного обладання (рис. 7).

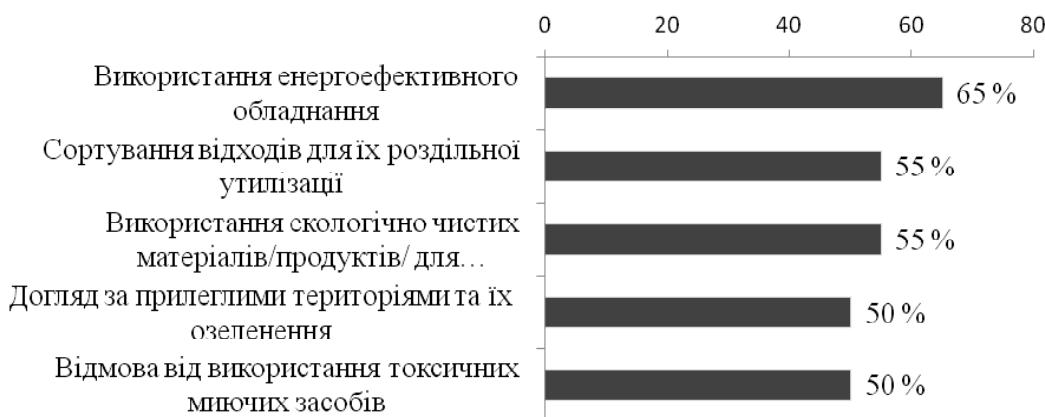


Рис. 7. Частота впровадження екологічних інновацій у готельному бізнесі Львова, % до загальної кількості респондентів (а результатами анкетування, м. Львів, жовтень 2015 р.)

Такий результат можна вважати цілком закономірним, оскільки саме енергоощадні технології не лише зменшують енергетичне навантаження на навколошне середовище, але в умовах зростаючої вартості енергоресурсів забезпечують суттєву економію фінансових ресурсів бізнесу.

Анкетне опитування менеджерів готельного бізнесу Львова виявило достатньо високий рівень усвідомлення ними важливості екологічних інновацій, а відтак — їх готовність до активної співпраці у покращенні основних складових екосередовища туризму в регіоні. Підготовлений у процесі дослідження інструментарій може бути використаний для формування якісних оцінок моніторингу екосередовища туристичного бізнесу регіону, а його проведення на регулярній основі та врахування результатів — ефективним інструментом соціального партнерства науки, бізнесу та місцевих органів влади (science-policy interface) у реалізації стратегічних цілей сталого розвитку територій.

Література

1. *Бережна М. В.* Екологічна відповідальність суб'єктів підприємництва в системі рівноважного розвитку регіону [Текст] / М. В. Бережна // Теоретичні і практичні аспекти розвитку економіки та інтелектуальної власності. — Випуск 1 (10). Том 1. — 2014. — С. 345–350.
2. Викиди шкідливих речовин в атмосферу стаціонарними джерелами забруднення у 2001–2014 роках: ГУС у Львівській області [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/varval.asp?ma=24A02_03&path=../Database/24PRYRODA/02/&lang=1.
3. Водовідведення (скидання) стічних вод у поверхневі водні об'єкти у 2001–2014 роках: ГУС у Львівській області [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://database.ukrcensus.gov.ua/statbank_lviv/Dialog/varval.asp?ma=24A02_01&ti=24A02_01.
4. Пріоритети розвитку після 2015 року. «Майбутнє, якого ми прагнемо». Експертна зустріч у межах національних консультацій [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://www.niss.gov.ua/public/File/2013_table/0129_rezol.pdf.
5. Проекти концепції сталого розвитку України: можливість їх вдосконалення та застосування. Аналітична записка області Національного інституту стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: www.URLhttp://www.niss.gov.ua/articles/1566.
6. *Рижак Л.* Філософія сталого розвитку людства [Текст] : навч.-метод. посіб. / Людмила Рижак. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2011. — 518 с.
7. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії іншими державами-членами з іншої [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement(body).pdf.
8. *Appendix A. Composition of the Travel & Tourism Competitiveness Index* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015/appendix-a-composition-of-the-travel-tourism-competitiveness-index.
9. *Global Sustainable Development Report. 2016 edition. Sustainable Development/ Knowledge platform.* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: https://sustainabledevelopment.un.org/globalsdreport/2016.
10. *The future we want: Resolution adopted by the General Assembly on 27 July 2012. United Nations* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/66/288&Lang=E.
11. *The Ten Principles of the UN Global Compact. United Nations* [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles.

Гринкевич О. С.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ СРЕДА И ЭКОКУЛЬТУРА ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА ГОРОДА: РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ ГОСТИНИЦ ЛЬВОВА

Разработан специальный инструментарий для качественных и количественных оценок уровня экокультуры и экологической среды развития туристического бизнеса. Осуществлено его

апробацію в изученні екосреди розвитку гостиничного бізнеса міста Львова. Опреділені основні форми проявлення екокультури гостиничного бізнеса Львова та оцінки їх менеджерів у зваженому порядку приоритетів екологічної політики міста.

Ключові слова: устойчивое развитие, экологическая среда, экологическая культура, экологические инновации, гостиничный бизнес, мониторинг, анкетирование.

Hrynkevych O. S.

ECOLOGICAL ENVIRONMENT AND ECOLOGICAL CULTURE OF HOTELS: SURVEY RESULTS IN LVIV HOTELS

Special tools for qualitative and quantitative assessments of ecological culture and ecological environment development of tourism has been developed. Done it tested in the study of hospitality ekoseredovyscha city. The main forms of ecological culture and hospitality the city for its managers on the priorities of the environmental policy of the city is determined by the study.

Keywords: sustainable development, ecological environment, ecological culture, ecological innovation, hospitality, monitoring, survey.

УДК 338.488:2:640.4

Надич Марія Михайлівна, викладач,
завідувачвідділу практичного навчання,
Львівський інститут економіки і туризму

ЕВОЛЮЦІЯ СТАНОВЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ МЕРЕЖЕВОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Процес становлення та формування концепції мережевого розвитку готельного бізнесу умовно поділено на п'ять етапів: зародження прототипу мережової форми готельного бізнесу; експансія національного ринку готельних послуг; глобалізація мережової форми готельного бізнесу; інтеграція готельних мереж; диференціація мережової форми готельного бізнесу та визначено особливості кожного з них.

Ключові слова: готельна мережа, еволюція, інтеграція, глобалізація, диференціація.

Дослідженю мережевого розвитку готельного бізнесу, стану та перспектив у сучасному глобалізованому світі вченими приділено доволі мало уваги. Тут варто відзначити окремі напрацювання таких вчених, як Катькало В. С., Роглев Х. Й., Александрова А. Ю., Мукба В. Н., Пущентейло П. Р. [3; 10; 11]

Готельні мережі, як особливий елемент сфери економічної діяльності, розвивалися протягом багатьох століть і в даний час набули міжгалузевого та міжнародного характеру, мають певні специфічні риси, що дозволяє їх розглядати як самостійний предмет наукового дослідження [1]. Необхідність розвитку готельних мереж підтверджує їх економічна та соціальна вигідність. Відомо, що необхідною умовою розвитку туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії, що приносить близько 60 % усіх доходів від туризму (близько 6–8 % ВВП) [5, с. 31]. Відтак розвиток готельних мереж постає стратегічною передумовою подальшого розвитку України як держави з високим туристичним іміджем.

Готельна мережа являє собою два і більше (групу) готелів, що мають спільне керівництво, торговий бренд та концепцію просування продукту.

Є їй інше розуміння мережевого готельного бізнесу, наприклад, Катькало В.С. і Мукба В. Н. під готельною мережею розуміють «довгострокове взаємовигідне об’єднання готельних підприємств, а також фірм супутніх галузей в єдину структуру і систему стратегічного співробітництва з метою створення спільних відмінних компетенцій» [3].

Путіліна Е. Л. визначає готельну мережу, як «складну багаторівневу систему, що складається з різних підприємств готельної галузі і характеризується їх стратегічним співробітництвом як основною властивістю даної системи» [9].

Слід зазначити, що готельні мережі — реальний феномен сьогодення, їх види примножуються та набувають усе нових характеристик.

Розглядаючи умови виникнення мережевого готельного бізнесу зазначаємо, що його появі була спочатку потребою, а потім своєрідною відповіддю на зміни, які відбувалися на ринку готельних послуг.

Також у процесі еволюції, від найдавніших часів дотепер, готельні мережі набували різних форм, як наслідок — організаційно-економічний механізм включав різні складові.

Еволюція концепції мережевого розвитку готельного бізнесу стала можливою завдяки зміні середовища, в якому воно розвивалося, яке було як рушій його розвитку, а також через вплив економічних, соціальних, культурних та інших чинників. Звичайно, еволюцію мережевого готельного бізнесу можна оцінювати з різних точок зору: попиту, пропозиції, конкуренції. Але ми намагалися здійснити спостереження з точки зору того,

що було предметом формування організаційно-економічного механізму мережової форми готельного бізнесу.

За дослідженнями вчених, історія мережевих готельних підприємств бере свій початок з 50-х років ХХ століття. Першою готельною мережею у світі прийнято вважати європейську мережу «Cesar Ritz». Впродовж 1950–1960-х років почали свою діяльність найбільші готельні мережі світу та були впроваджені перші готельні стандарти обслуговування гостей. До прикладу, «Holiday Inn» зарекомендувала себе як перша готельна мережа, що активно використовувала телеконференцію; «Hyatt» — були великі фойє з елементами планування атриуму та скляні ліфти. На початку ХХІ століття, згідно статистичних даних, під контролем найбільших готельних об'єднань перебувало понад 30 % всього світового готельного фонду, а в США — понад 75 %. Зараз обсяг операцій, вироблених готельними мережами, в кілька разів перевищує обороти незалежних готелів [10].

Виходячи з особливостей готельних мереж, пропонуємо дещо інший підхід щодо становлення та розвитку готельних мереж. Як уже було сказано, спочатку це була потреба, а потім своєрідна необхідність чи відповідь на ринок.

Саме тому процес становлення та формування концепції мережевого розвитку готельного бізнесу умовно можна поділити на такі етапи: зародження прототипу мережової форми готельного бізнесу; експансія національного ринку готельних послуг; глобалізація мережової форми готельного бізнесу; інтеграція готельних мереж; диференціація мережової форми готельного бізнесу (рис. 1.).



Рис. 1. Етапи еволюції мережової форми готельного бізнесу
(складено автором на основі джерела: [3])

Розглянемо більш детально особливості формування мережової форми готельного бізнесу на кожному з них:

Перший етап — зародження прототипу мережової форми готельного бізнесу (з найдавніших часів до кінця XVIII ст.). Подорожуючи з різною метою (передача інформації, відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо) люди потребували в притулку, харчування чи просто відпочинку.

Одним із перших прототипів сучасних готелів є заїзджі двори, які вперше з'явилися у Стародавній Греції. Їхня мережа була на відстані, яку міг подолати кінь без відпочинку. Тут можна було відпочити, одержати їжу та змінити коней. Основним сегментом були,

звичайно, «гемеродроми» (денні гінці). Найдавніший заїжджий двір, що згадується в джерелах, знаходився на острові Кріт (близько 1500 р. до н. е.).

Саме у Греції з'являється розгалужена мережа державних і приватних готелів, пунктів обміну грошових знаків, посередників-організаторів подорожей.

В містах Середньої Азії та Близького Сходу ще з давнини функціонували ханни, караван-сараї, постоялі двори [4].

У монголів вже до XII–XIII ст. була розвинена мережа ямської служби. Ями, як і караван-сараї та арабські ханни, розміщувалися на відстані одного кінного переходу. Ями були свого роду мережевими готелями того часу [12].

Масові подорожі купців, учнів, акторів, а також численні прочани сприяли розвитку різноманітних форм надання розміщення. Спочатку таке розміщення було безкоштовним, його надавали церкви, монастири, княжі двори та ін. Основний перелік послуг — це харчування, ночівля, збереженість речей, обов'язковий облік проживаючих тощо [11].

Переломним моментом у розвитку мережевої форми готельного бізнесу стало надання платної готельної послуги, що дало неабиякий поштовх для розвитку мереж. Так, у Східній Європі такими мережами були гостинні двори, де зупинялися, жили та здійснювали комерційні операції іноземні купці. У великих містах гостинні двори диференціювалися за національною ознакою проживаючих: німецькі, голландські, «аглицькі», грецькі, вірменські.

Щодо мережевих ознак, виділяємо наступні: одинаковий набір послуг, однакове місце розташування та принцип роботи, дотації зі сторони держави. Звичайно, що стосується механізму управління та принципів організації роботи, можна сказати наступне: організація відбувалась за принципом «орієнтації на конкурента».

Другий етап — експансія національного ринку готельних послуг (кінець XIX ст. — початок XX ст.) — інтенсивне формування національних готельних мереж. Готельне господарство на той час у багатьох країнах перетворюється на важливу галузь економіки. Виникають великі сучасні готелі, розташовані у спеціально призначених для цієї мети спорудах на зразок приватних резиденцій або величних і гарних державних особняків.

Приплив заможних англійців і американців у Європу змінює культуру надання готельних послуг — вони набувають усе більш стандартизованого та уніфікованого характеру. З кінця XIX століття в Європі (насамперед у Швейцарії) починають будувати сучасні готелі з високим рівнем комфорту, з'являються розкішні готелі під звучними назвами: «Брістоль», «Метрополь», «Палас», «Савой», «Ексельсіор» або просто «Гранд-Отель», позбавлені будь-яких зв'язків з місцевими традиціями, які мають розширену мережу у межах цілої країни.

Кількість тодішніх мережевих готелів невпинно зростає. Наприклад, в Австро-Угорщині вже 1913 року існувало 15 тисяч готелів, це були малі готелі. У Німеччині у тому ж 1913 році було 90 тисяч готелів, також невеликих. Зростання кількості готелів у Швейцарії та Італії відбувається, як наслідок того, що ці країни починають інтенсивно розвивати туризм, використовуючи історико-культурні туристичні ресурси. [12].

Перед початком першої світової війни створюється Міжнародна спілка власників готелів, яка об'єднує 1700 готелів у різних країнах світу. У Дюссельдорфі відкривається перший у світі інститут готельного господарства [12].

З кінця XIX і початку ХХ століття різко збільшується кількість готелів не лише в Європі, але і на Близькому Сході, в Північній Америці та північній частині Африканського континенту.

Мережеві ознаки готельних суб'єктів того часу: спільна назва; готелі в одній категорії; єдині стандарти обслуговування. Що стосується механізму управління та

принципів організації роботи, можна сказати наступне: організація відбувалась за принципом «орієнтації на попит».

Третій етап — глобалізація мережевої форми готельного бізнесу (ХХ ст.) — іншими словами це вихід національних готельних мереж на міжнародний ринок. Однією з основних особливостей ХХ сторіччя є інтенсивний розвиток транспорту, зокрема автомобільного та повітряного, що привело до виходу національних готельних мереж на міжнародний ринок [12].

До прикладу, практично всі крупні авіакомпанії мали у своїй власності готельні комплекси. Американська авіакомпанія «ТВА» викупила у готельної мережі «Hilton» частину готелів і створила мережу «Hilton International», яка налічує 53 готелі у 36-и країнах світу. Французька авіакомпанія «Ер Франс» створила нову готельну мережу «Меридіан», яка охоплювала 20 готелів у різних країнах [12].

За даними дослідження проведеного журналом «Уолт Тревл», мережеві готельні підприємства при аеропортах, у 70-ті роки, мали майже всі великі авіакомпанії. Такий розвиток авіакомпаній, дозволив привабити частину туристів, які подорожували автомобільним транспортом за рахунок безкоштовного розміщення у мережі своїх готелів [7].

Паралельно із готельними мережами при аеропортах створюються і готельні мережі для автотуристів, тобто мотелі. Так, починаючи з 1957 року готельна мережа «Marriott», відкрила свій перший мережевий мотель на 365 номерів Twin-Bridges «Marriott Motor Hotel», який обов'язково знаходився поблизу мостів [6].

У цей період активно розвиваються і такі готельні мережі, як «Accor», «Ritz», «Hilton», «Holyday Inn» та ін.

З часом перелік засобів конкурентної боротьби розширювався і набував сучасного змісту та ознак, серед яких набір альтернативних послуг, цінова диференціація послуг, рівень якості пропонованих послуг, реклама.

Щодо мережевих ознак даного періоду, то виділяємо наступні: єдина торгова марка, централізоване бронювання послуг, диференціація послуг у межах мережі, спільні стандарти обслуговування; робота по системі франчайзингу.

Четвертий етап — інтеграція готельних мереж, використання різних форм управління (кінець ХХ ст. — до тепер). У результаті аналізу сучасного міжнародного ринку готельного бізнесу слід відмітити вертикальну та горизонтальну інтеграцію. Стосовно вертикальної інтеграції (в межах однієї галузі) — майже всі готельні мережі мають власність на кожному із сегментів ринку: у фешенебельному, першокласному та економічному. Так, в 1989 році гонконгська компанія New World Hotel (Holdings) Ltd придбала компанію «Ramada Inc», розвиваючи при цьому диверсифікаційну інтеграцію на глобальному рівні [7]. Горизонтальна інтеграція (в межах різних галузей), навпаки зародилася у готельному бізнесі в 1945 році, коли компанія «Pan American» відкрила свою готельну мережу «Intercontinental», а також перші готелі в Бразилії. Таким чином, почали утворюватися готельні групи, корпорації, які об'єднують не тільки окремі готелі, але цілі мережі готелів. Яскравим прикладом інтеграції готельних мереж є готельна група «Accor». «Accor» — це готелі всіх категорій від 1 до 5 зірок. Фактично це друга за величиною світова мережа туристських агентств, третя за величиною у Франції мережа казино, конференц-центрів. Водночас це група сервісних компаній, що обслуговують щодня 13 млн. чоловік. Готельна група «Accor» включає наступні бренди: Sofitel, Atria, Novotel, Mercure Accor Hotels, Switch Hotels, Ibis, Etap, Formula 1, Red Roof, Motel 6, Studio 6 [8].

Група широко використовує різні форми взаємодії, інтегруючи зусилля в суміжних областях: будує власні готелі, бере готелі в оренду, створює спільні підприємства, працює з готелями за договором франчайзингу, вводить управління за контрактом, інтегрує готелі в єдину інформаційну систему зі створенням корпоративного сайту [11].

Враховуючи інтенсивність концентрації та розвитку готельних мереж у тому чи іншому регіоні, інтеграція готельних мереж відбувається теж по-різному. Щодо мережевих ознак даного етапу еволюції, виділяємо наступні: єдина торгова марка (бренд); централізоване бронювання послуг; диференціація послуг у межах мережі, спільні стандарти обслуговування; використання різних форм управління в межах одної готельної мережі чи групи (франчайзинг управління за контрактом).

П'ятий етап — диференціація готельних мереж та розвиток у своїй структурі нових брендів (XXI ст.). Диференціація готельних мереж відбувається з урахуванням потреб споживачів, виду туризму, цінової політики, критеріїв якості тощо.

Кожна готельна мережа чимось відрізняється від конкурентів. Саме тому диференціація висувається на перший план, тому що послуги однієї готельної мережі повинні бути кращі, ніж у конкурентів. Для проведення диференціації готельних мереж треба сформулювати чітке поняття про сегмент споживачів.

Перспективним напрямом диференціації послуг готельних мереж є вид туризму, що дає можливість швидко інтегруватися на міжнародному ринку.

Деякі готельні мережі пропонують послуги, які відрізняються високим рівнем стандартизації, характеристики яких можуть тільки трохи відрізнятися від прийнятоого стандарту. Проте навіть при цьому можлива деяка помітна диференціація. Сюди можна віднести готельні мережі «Holyday Inn», «Ritz», «Hilton» та ін.

Стиль і дизайн також можуть виявитися важливими чинниками диференціації [13]. Готелі можуть аналогічно диференціювати свої готельні продукти за якісними характеристиками. Яскравим прикладом такої диференціації є готельна корпорація «Best Western», яка об'єднує незалежні готелі, що мають власний шарм і високі стандарти сервісу.

Диференціація в залежності від виду туризму з кожним роком набуває все нових форм, оскільки ще декілька років тому не були популярними медичний, шопінг, гастро-номічний, екологічний туризм. Тепер вже створені окремі готельні мережі для максимального задоволення потреб саме цієї категорії споживачів (наприклад, «Radisson», «Inter-Continental», «Marriott International», «Orbis», «Comfort Green Hotels Holiday Inn»).

У багатьох випадках доцільно розглядати і диференціацію, і інтеграцію готельних мереж паралельно, адже дуже часто готельна мережа, яка була у складі готельної групи чи корпорації, може сама утворити нові бренди.

Щодо мережевих ознак сучасного періоду, виділяємо наступні: єдина торгова марка (бренд), централізоване бронювання послуг, диференціація послуг у межах мережі, спільні стандарти обслуговування; використання різних форм управління в межах одної готельної мережі чи групи (франчайзинг управління за контрактом).

Таким чином, бачимо, що в прикладному контексті еволюція концепції мережевого розвитку готельного бізнесу зазнала суттєвих ознак. Це супроводжувалось значним розвитком теоретико-методологічної основи — теорії мереж. Відштовхуючись від біологічних мережевих основ відповідні теоретичні постулати все більше адаптувались до соціальних особливостей. Відтак розвивались теоретичні напрацювання щодо соціальних та бізнес-мереж.

Література

1. Аль-Робаи Ааливи С. Карап. Развитие международных гостиничных сетей [Електронный ресурс] : журнал международного права и международных отношений. — 2012. — № 2. — Режим доступу: [www.URL:http://www.tourlib.net/statti_tourism/karar.htm](http://www.tourlib.net/statti_tourism/karar.htm).
 2. Борисова Ю. Н. Менеджмент гостиничного и ресторанных бизнеса [Текст] : науч. пособие / Ю. Н. Борисова, Н. И. Таранин. — М. : РМАТ, 1997.
-

3. Катькало В. С. Міжнародні готельні мережі: специфіка організації та типологія стратегій розвитку. Часть 3 [Електронний ресурс] : Продажа недвижимості: інформаціонний портал / В. С. Катькало, В. Н. Мукба. — Режим доступу : www.URL:<http://www.ros-nedvigimost.ru/publikaciya-polnaya/534>.
4. Левкович У. Історія розвитку готельного господарства, суть, види та становлення готельної індустрії [Електронний ресурс] : Молодь і ринок. — 2014. — № 5. — С. 156–161. — Режим доступу: www.URL:http://www.nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2014_5_36.
5. Левковська Л. Стан і перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні [Текст] : Економіка України / Л. Левковська, Р. Чабан, Г. Мунін. — Львів, 2003. — № 6 (499). — С. 31–36.
6. Лялюшко О. Істория успеха сети отелей Marriott. Люксы миллионным тиражом [Електронний ресурс] : Экономические известия. — Режим доступу: www.URL:<http://www.business.eizvestia.com/full/istoriya-uspeha-seti-otelej-marriott-lyuksy-millionnym-tirazhom>.
7. Мельниченко С. В. Закордонний досвід функціонування ринку готельних послуг [Електронний ресурс] : Проблеми інформатизації рекреаційної та туристичної діяльності в Україні: перспективи культурного та економічного розвитку. — Трускавець, 2000. — 275 с. — С. 130–136. — Режим доступу: www.URL:http://www.tourlib.net/statti_ukr/melnychenko3.htm.
8. Офіційний сайт готельної групи Accor [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.URL: <http://www.accorhotels.com>.
9. Путилина Е. Л. Формирование и развитие национальных гостиничных сетей в России [Текст] : автореф. дис. на получение науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / Е. Л. Путилина. ФГБОУ ВПО «Гос. ун-т управления». — М., 2011. — 27 с.
10. Пущентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва [Текст]: навч. посібн. / П. Р. Пущентейло. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 344 с. — ISBN 978-966-364-535-3.
11. Роглев Х. И. Основы гостиничного менеджменту [Текст] : навч. посіб. / Х. И. Роглев. — К. : Кондор, 2005. — 408 с. — ISBN 966-8251-74-1.
12. Скибінський С. В. Маркетинг готельних послуг [Текст] : навч. посібн. / Скибінський С. В., Іванова Л. О., Моргун О. Ф. — Львів : В-во Львівської комерційної академії, 2000. — 246 с. — ISBN 966-7478-41-6.
13. Тимошенко З. І. Маркетинг готельно-ресторанного бізнесу [Текст] : навч. посіб. / З. І. Тимошенко, Г. Б. Мунін, В. П. Дишлевий; Європ. ун-т. — К., 2007. — 245. — ISBN 978-966-301-145-5.

Надич М. М.

ЭВОЛЮЦИЯ СТАНОВЛЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ СЕТЕВОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Процесс становления и формирования концепции сетевого развития гостиничного бизнеса условно разделен на пять этапов: зарождение прототипа сетевой формы гостиничного бизнеса; экспансия национального рынка гостиничных услуг; глобализация сетевой формы гостиничного бизнеса; интеграция гостиничных сетей; дифференциация сетевой формы гостиничного бизнеса. Определены особенности каждого этапа.

Ключевые слова: гостиничная сеть, эволюция, интеграция, глобализация, дифференциация

Nadych M. M.

EVOLUTION OF THE CONCEPT FORMATION OF HOTEL BUSINESS CHAIN DEVELOPMENT

The process of becoming and formation of the concept of hotel business chain is divided into five stages: the birth of the prototype of the chain forms of the hotel business; expansion of the national market of hotel services; globalization of chain forms of the hotel business; integration of hotel chains; differentiation of the chain form of hotel business and the peculiarities of each are determined.

Key words: hotel chain, evolution, integration, globalization, differentiation.

СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА У ЛЬВОВІ

Досліджено сучасний стан та перспективи розвитку хостелів у м. Львів. Визначено, які хостели Львова входять у Всеукраїнську молодіжну хостел Асоціацію. З'ясовано основні проблеми з питань організації діяльності хостелів у Львові та в Україні загалом. Запропоновано основні напрями вирішення цих проблем.

Ключові слова: хостел, Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація, засіб розміщення, колективний засіб розміщення, турист, стандарт, хостельний рух.

Головним фактором при виборі засобу розміщення є економія, та те що люди люблять спілкуватися. Постояльці хостелу, отримують масу задоволення саме від нових знайомств та вражень. Тому важливим критерієм хорошого хостелу є спільна відпочинкова зона з м'якими меблями, де б люди могли насолодитися приємним спілкуванням. Львів є найуспішнішим містом щодо розвитку хостелів України, адже там постійно відбуваються фестивалі, конференції та інші заходи, куди бажають прибувати гості не лише з України, але й з інших країн світу, що сприяє наповненню відвідувачами хостелів. Вагому роль відіграє близькість Львова до кордону України, що мотиває туристів (наприклад, із Польщі), здійснити короткотривалі (1–2 дні) подорожі.

Дослідженнями з питань організації хостельної діяльності в Україні займаються Давиденко І. В., Беляєва С. С., Заїка О. І., Кравцов С. С. Вітчизняними науковцями недостатньо досліджено сучасний стан та розвиток хостельного господарства у Львові та в Україні загалом, через відсутність статистичної звітності та законодавчої бази. Тому, достовірний аналіз функціонування цього виду засобів розміщення, на сьогодні, провести практично неможливо.

Сфера гостинності являє собою прогресивну та високодохідну галузь, та є важливою складовою світового ринку послуг. На сьогодні, серед засобів розміщення, популярними є хостели, які на ринку готельних послуг активно поширюються.

Слово Хостел (Hostel) 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 як у недорогому проживанні, так і в особливій широті та демократичній атмосфері з боку працівників, які в них працюють [1].

У Львові хостели є найпопулярнішим житлом серед туристів. Хостели пропонують багатомісні і індивідуальні кімнати, за доступні ціни, з можливістю приготувати їжу самостійно на кухні. Ці заклади розміщення готельного типу, розраховані в основному на молодь, які люблять недорогі мандрівки.

Серед засобів розміщення у Львові переважають хостели, їхня кількість становить 29 %, на другому місці готелі 25 % та 17 % складають орендовані квартири (рис.1).

У Львові, вперше поняття «хостел», було започатковано Львівською обласною молодіжною хостел асоціацією (далі ЛОМХА) , яка була створена у березні 2004 року як обласний осередок Всеукраїнської молодіжної хостел асоціації [2].

За півторарічну історію існування у Львові ЛОМХА налагодила роботу чотирьох хостелів на території Львова разом із чотирма ВУЗами. Першим прийняв туристів сезонний хостел «Банківська академія» на базі гуртожитку Львівського банківського інституту Національного банку України, розрахований на 10 місць. Наступним та більшим був хостел «Перлина» на базі НГТК «Перлина». Разом із Львівським інститутом



Рис. 1. Маркетингові дослідження Львівської Міської Ради [4]

економіки та туризму у жовтні створено хостел «На Архіпенка» на 30 місць. У серпні 2005 року почав роботу хостел «Афена» на 17 місць [2].

Багато хостелів у Львові було відкрито спеціально до Євро 2012, це так звані, хостели — одноденки. Деякі з них одразу ж зникли після закінчення чемпіонату, та є кілька винятків, які працюють до сьогодні [5].

На даний момент конкретної законодавчої бази щодо хостелів немає. Єдине, були внесені зміни в закон «Про туризм», згідно з якими сертифікація хостела обов'язкова [3]. Раніше вона носила добровільний характер. Це є дуже великим мінусом, тому багато засобів розміщення, які вважають себе хостелами, але не відповідають їх стандартам.

Єдиним органом, що контролює хостельний рух в Україні є Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація (далі BMXA) [1].

Згідно за даними BMXA станом на 2015 р. в Україні офіційно зареєстровано 82 хостели. Львова частка хостелів припадає на Київ — 42 одиниці. У Львові нараховується 20 зареєстрованих хостелів, 13 в Одесі та по-одному у таких містах, як Бориспіль, Славутич, Миколаїв та Мукачево.

У зв'язку з відсутністю повної та оперативно поповнюваної інформації про ринок створення та надання послуг хостелів у Львові, визначити їхню кількість практично неможливо.

За підрахунками Управління туризму Львівської міської ради, у Львові на сьогодні нараховується 69 хостелів [4]. З них 20 входять у Всеукраїнську молодіжну хостел асоціацію (BMXA), та відповідають стандартам Міжнародної молодіжної хостел федерації (IYHF).

На жаль, не всі хостели Львова входять в BMXA. Щоб стати легальним хостелом потрібно пройти усі необхідні перевірки на відповідність встановленим вимогам та стандартам IYHF. Після позитивного результату перевірки, хостел отримує сертифікат та стає почесним членом асоціації. Хостел повинен забезпечувати безпеку проживання, дотримання усіх норм пожежної безпеки та санітарно — гігієнічних норм.

У Львові зустрічаються такі випадки, що хостел розміщений у підвалі, з жахливим смородом, високим рівнем вологості, без жодного вікна, і повною відсутністю норм безпеки. Це є нелегальні хостели і вони в жодному випадку не можуть бути членами асоціації. Виникає питання, чому такі хостели не зачиняють? Відповідь на це питання це відсутність відповідної постанови. Практично, зараз кожна людина може відкрити хостел без відповідних на це документів і в цьому найбільша проблема.

Справа навіть не в тому, що хостел без документів, адже яким би він не був, він в будь якому випадку буде контролювати якість наданих послуг, щоб не втратити свого клієнта. Все полягає в тому, що в Україні ще нема законів, які б регулювали такий вид діяльності і хостел, в принципі, може працювати без відповідних документів не порушуючи законодавство, навіть не будучи членом асоціації.

Раніше в Києві у житлових будинках почали функціонувати так звані «бюджетні гуртожитки», які і призвели до появи основних проблем. Що мається на увазі? У таких гуртожитках можна було жити за 600 гривень на місяць, кімнати були розраховані до 16 людей. Тобто, про чистоту, як таку, в принципі не могло бути і мови. Неприємно, звичайно, що ці заклади називали себе хостелами.

На той час готувався законопроект, згідно якого, право на існування мав би той хостел, який має згоду усіх сусідів в будинку. Та даний законопроект не було прийнято.

В Україні, як вже зазначалося вище, не в повній мірі дотримуються стандартів асоціації. Головний показник у них — це увага на чистоті, затишку та особливо — персонал, який добре володіє кількома мовами.

Мною було проведено дослідження, на базі 20 хостелів Львова, що входять в ВМХА, скількома та якими іноземними мовами володіє їхній персонал. Результати дослідження відображені на рис. 2.

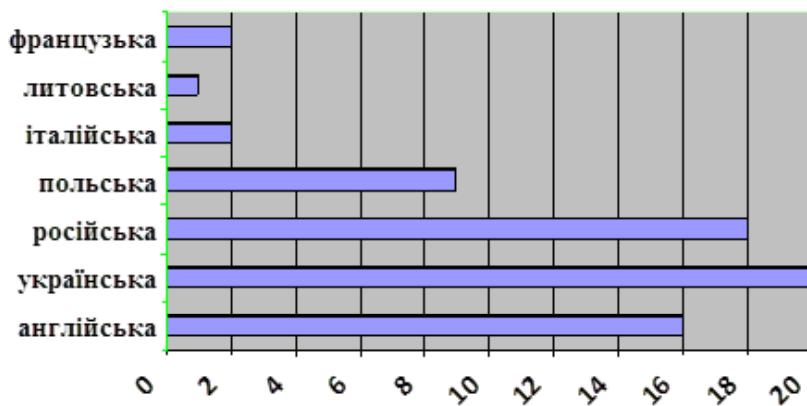


Рис. 2. Знання іноземних мов персоналом у хостелах Львова.

Кількість приїжджачих іноземців значно зменшилася, внаслідок політичної ситуації в країні, що поставило відбиток на завантаженості хостелів. Не зважаючи на це більшу частину постояльців хостелів складають саме іноземці. Стосовно внутрішніх туристів, то українці сприймають хостели по-іншому ніж у Європі. Хостел, на нашу думку — це якийсь брудний гуртожиток. Таке враження, напевно, складається у тих людей, які стикнулися з такими закладами, про які було вже згадано, як приміщення розташовані у підвалах, без вікон і з страшним смородом. Тому, дуже важливо, щоб перший досвід перебування у хостелі був позитивним.

В такому випадку, як би не старався пояснити людям, що хостели — це нормальне, що це європейська практика, проте в нас люди трішки іншого менталітету. Проте, з появою сучасних, комфорних, якісно облаштованих хостелів, ставлення в українців потрохи змінюється.

Розвиток сучасного готельного господарства характеризується адаптацією реформованих готельних підприємств до ринкового середовища, комплексним вирішенням назрілих проблем підвищення ефективності та конкурентоспроможності готельних послуг, які почали поступово наблизатися до світових стандартів. Готельне господарство

Львова упродовж останніх років демонструє високі темпи розвитку. У перспективі зростатиме частка додаткових і нетрадиційних місць розміщення туристів, що дасть змогу урізноманітнити програми туристичних маршрутів і залучити до обслуговування більше людей. Дуже б хотілося, щоб керівники не тільки міста Львова, а й інших міст звернули увагу на розвиток туризму у своєму регіоні, що призведе до розвитку і хостельного руху. На сьогодні, проблема створення достатньої вітчизняної нормативно-правової бази, яка б регулювала діяльність таких засобів розміщення, як хостели, все ж таки залишається невирішеною.

Для ефективного функціонування хостелів, як окремого специфічного виду засобів розміщення, потрібно удосконалити вітчизняну законодавчу базу та форми статистичної звітності для забезпечення реального обліку.

Література

1. Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://hihostels.com.ua/uk>.
2. Львівська молодіжна хостел асоціація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://green.ipm.lviv.ua/hostels/hostel.htm>.
3. Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм»: Закон України від 18.11.03 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://rada.gov.ua./pravo>.
4. Розвиток індустрії гостинності у Львові [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/lmrdownloadsturyzmprezentaciya.pdf>
5. Хостел, як бізнес-ідея [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/hostel_kak_biznes_ideya_video.

Мусій Г. Г.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХОСТЕЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА ВО ЛЬВОВЕ

Исследовано современное состояние и перспективы развития хостелов в г. Львов. Определено, какие хостелы Львова входят во Всеукраинскую молодежную хостел ассоциацию. Выяснены основные проблемы по вопросам организации деятельности хостелов во Львове и в Украине в целом. Предложены основные направления решения этих проблем.

Ключевые слова: хостел, Всеукраинская молодежная хостел ассоциация, средство размещения, коллективное средство размещения, турист, стандарт, хостельное движение.

Musiy H. H.

MODERN STATUS, PROBLEMS AND PROSPECT OF DEVELOPING HOSTEL INDUSTRY IN LVIV

Investigated the modern status and prospect of developing hostels in Lviv. Defined which hostels of Lviv included in Ukrainian Youth Hostel Association. Found out the main problems concerning the organization of hostels in Lviv and Ukraine in general. The proposals the main directions of solving these problems.

Keywords: hostel, Ukrainian Youth Hostel Association, accommodation, collective accommodation, tourist, standard, hostels movement.

Розділ 9.
АУДИТОРІЯ

УДК 371.315.6 : 811

*Гуляк Оксана Богданівна, к. пед. н., ст. викладач,
Львівський інститут економіки і туризму*

**РОЗВИВАЮЧИЙ АСПЕКТ ІНТЕНСИВНОГО НАВЧАННЯ
ІНОЗЕМНИХ МОВ**

У статті проаналізовано розвиваючі ефекти інтенсивного навчання іноземних мов, зокрема з точки зору особистісно-професійного становлення студентів, а також розвиваючий потенціал особистісного спілкування у процесі оволодіння іноземною мовою.

Ключові слова: інтенсивний метод, активізація, резервні можливості, особистісне спілкування.

Викладання іноземних мов у ЗВО туристичного профілю спрямоване на формування умінь та навичок використовувати іноземну мову як інструмент у діалозі культур, що уможливлює вирішення суперечностей, гармонізацію світоглядів та відновлення цілісності часто «роздіраного» світовідчууття сучасної людини.

За умов інформаційного суспільства, посилення міграційних процесів, мобільності ринку праці, міжкультурних обмінів виникає потреба навчитись «живти разом», зберігаючи власну культурну, етнічну, релігійну своєрідність, але розуміючи і поважаючи один одного у відповідності до встановлених норм і стандартів. Зрозуміло, що успіх таких об'єднавчих процесів значною мірою залежить від рівня освіченості його учасників, готовності до співпраці та міжкультурного спілкування, взаємно узгодженої підготовки людини до життя у, на жаль, конфліктному світі, який, однак, мусить відновити свій потенціал до мирного врегулювання проблем та викликів сучасності.

У цьому контексті знання іноземних мов знову стає одним з освітніх пріоритетів. Більше того, змінюється ставлення і фахівців, і широкої громадськості до вивчення й оволодіння іноземними мовами. Сучасному суспільству потрібні вже не просто добре знавці кількох мов і перекладачі, а спеціалісти широкого профілю міжнародного й міжкультурного спілкування. Це виходить за межі лише знання іноземних мов і включає такі аспекти, як мовна культура особистості, спілкувальний етикет, уміння ефективного спілкування, оволодіння засобами невербального спілкування тощо.

Соціальне замовлення на якісно результативне знання іноземних мов актуалізує необхідність прискореного оволодіння іншомовним мовленням, що зумовлює використання таких методів навчання іноземних мов, які уможливлюють отримання максимального обсягу знань за мінімальний період навчання, зокрема інтенсивного методу.

Основу інтенсивного методу навчання іноземних мов складають основні положення сугестивного методу Г. Лозанова, болгарського лікаря-сугестолога, який у другій половині ХХ ст. досліджував проблеми сугестології (термін, запропонований професором Лозановим), науки про психологічні явища навіювання, а також механізми вивільнення та мобілізації прихованіх можливостей людини щодо запам'ятовування, усвідомлення та спілкування, а також запропонував низку сугестопедичних ідей (сугестопедія — поєднання сугестології та педагогіки) щодо використання у навчанні іноземних мов

неусвідомлених резервних можливостей людини, які максимально прискорюють процес оволодіння вміннями та навичками іншомовної мовленнєвої діяльності.

У результаті намагань болгарського лікаря-психотерапевта використати сугестію як засіб активізації резервних психічних можливостей особистості у процесі вивчення іноземних мов, зокрема для подолання таких психотравмуючих факторів, як страх, труднощі подолання стереотипів рідної мови (оскільки, як відомо, вивчення іншої мови вважають виробленням нового погляду на попереднє світобачення, формування нового світовідчуття), мовного бар’єру іноземної, побоювання зробити помилку, невпевненість, некомунікальність, і появився у педагогіці сугестопедичний напрям.

Ключовим поняттям у системі сугестопедичного навчання є «інфантілізація». За твердженням професора Лозанова, це один із прийомів, які «включають» механізми, що забезпечують звільнення та мобілізацію прихованих можливостей людини щодо запам'ятовування, усвідомлення та спілкування. Інфантілізація — це зняття тривоги і турбот, які пригнічують психіку дорослої людини і заважають сприйманню, це перехід людини на безпосередні рівні сприймання і усвідомлення, де домінуючими є гра, радість співучасті у спілкуванні за умов невимушенності і творчості [6].

Сугестопедичні ідеї видатного вченого-сугестолога отримали подальший розвиток у наукових розробках таких відомих учених, як Г. А. Китайгородська (автор методики інтенсивного навчання іноземних мов), О. О. Леонтьєв, Н. В. Смірнова, І. Ю. Шехтер, Л. Ш. Гегечкорі, В. В. Петrusинський та ін.

Становлення методів інтенсивного навчання також пов’язане з дослідженнями і працями в інших сферах, що спричинили суттєвий вплив на розвиток зasad інтенсивного підходу, зокрема в аспекті формування і розвитку колективу (Я. Л. Коломінський, А. В. Петровський), теорії мовленнєвої діяльності (М. І. Жинкін, І. О. Зимня, О. О. Леонтьєв, І. О. Синиця), активізації та індивідуалізації навчання (С. Ю. Ніколаєва, О. Б. Тарнопольський, Т. І. Труханова).

Мета нашого дослідження — простежити і узагальнити розвиваючі ефекти інтенсивного навчання іноземних мов, зокрема з точки зору особистісно-професійного становлення студентів.

Своєрідністю інтенсивного методу навчання в розвиваючому аспекті є те, що він максимально враховує психологічні закономірності у навчанні. По-перше, це дозволяє уникнути властивого для традиційного навчання психологічного бар’єру, який появляється через страх помилитись. В атмосфері невимушеноого спілкування, творчості цей бар’єр швидко зникає — людина почувається вільно, вчиться легко і швидко.

По-друге, інтенсивне навчання спрямоване на комплексний розвиток особистості, яка навчається, тобто на одночасний розвиток її інтелектуальної, емоційної та мотиваційної граней. При цьому реалізація прихованих резервів особистості у навчанні відбувається за рахунок таких факторів, як: високий емоційний тонус аудиторії, емоційна «включеність» у навчальний процес, високо мотивована навчальна діяльність, творча роль викладача тощо.

По-третє, у системі інтенсивного навчання значну увагу приділяють формуванню стану радості та задоволення від виконуваної навчальної роботи. Це, зокрема, досягається перенесенням акценту з форм навчальної діяльності на зміст навчання (зміст має бути цікавим, актуальним, наближеним до життя, спонукати до роздумів, дискусій), а також зосереджуванням на неусвідомлюваній навчальній діяльності, що власне, й сприяє вивільненню та мобілізації прихованих можливостей.

Такий підхід до організації навчальної діяльності забезпечує високу ефективність навчання. У результаті такого підходу до навчання засвоюється значний обсяг інформа-

ції; виробляється вміння використовувати засвоєні інформаційні одиниці у професійному спілкуванні; формуються навички гнучкості у спілкуванні, тобто виробляється дискурсивна компетенція; розвивається вміння застосовувати набуті знання і мовленнєвий досвід в різноманітних ситуаціях професійної і соціальної взаємодії.

Сугестопедичні ідеї отримали свій подальший розвиток у наукових дослідженнях Г. О. Китайгородської, відомого вченого, автора методики інтенсивного навчання іноземних мов. Своєрідністю її системи інтенсивного навчання є сприймання особистості у навчанні, як активного участника педагогічного процесу, який творчо оволодіває новими знаннями та уміннями та успішно використовує їх у своїй навчальній та життєвій діяльності.

Розроблений ученим «метод активізації резервних можливостей особистості» має в своїй основі чотири принципи навчання іноземної мови: принцип організації особистісного спілкування у навчальному процесі; принцип поетапно-концентричної організації навчального процесу; принцип використання рольової гри в організації навчального процесу; принцип організації колективного спілкування [3].

Реалізація принципу організації особистісного спілкування у навчанні забезпечує нерозривність процесів спілкування та навчальної діяльності. Інтенсивне навчання часто трактують як особливим чином організоване навчаюче спілкування, у процесі якого відбувається прискорене оволодіння предметом та активний розвиток особистості.

Оскільки особистість функціонує і формується у процесі постійної взаємодії з іншими учасниками суспільних процесів: навчанні, професійній комунікації, неформальному спілкуванні, то спілкування стає потужним рушієм цих взаємовідносин і одним із джерел особистісного становлення.

Своєрідність інтенсивного методу полягає в тому, що в ньому комунікативна мета навчання перетворилася в реальність і в результаті виникла технологія навчання, яка пропонує досконалі механізми спілкування. Розвиваючий ефект такої технології досягається:

- використанням прийомів, які активізують свідомі та підсвідомі процеси психіки для створення різноманітної та міцної мовоної бази;
- розробкою завдань, які мотивують спілкування;
- оптимальною організацією колективної взаємодії учасників навчального процесу між собою та вчителем [10].

Дотримання принципу особистісно-рольової організації навчального процесу забезпечує активізацію можливостей щодо оволодіння навчальним матеріалом (усвідомлення, запам'ятовування), яка здійснюється за допомогою драматизації, ігор, пісень, використання невербальних засобів комунікації. Імітуючи ділові, професійні, побутові ситуації у процесі рольової гри, послуговуючись виключно іноземною мовою, виконуючи «ніби справжні», а не навчальні ролі, студенти розвивають уміння та навички, необхідні для спілкування у професійній сфері та повсякденному житті, реальному світі бізнесу та різних видів практичної діяльності, що особливо актуально з огляду на необхідність формування таких фахових компетентностей, як:

- професійно-комунікативна: вміння здійснювати професійне спілкування, вибираючи відповідні вербалльні та невербалльні засоби;
- дискурсивна: вміння керувати своїм мовленням;
- соціолінгвістична: вміння враховувати національну принадлежність та соціальні особливості мовця;
- підприємницька: вміння аналізувати та співвідносити власні економічні інтереси з потребами ринку праці;
- соціокультурна: вміння успішної соціальної взаємодії, вирішення спільних соціальних проектів;

— інформаційна: вміння застосовувати інформаційно-комунікативні технології у професійній діяльності та повсякденному житті.

Застосування принципу поетапно-концентричної організації навчального процесу передбачає 3 етапи опрацювання навчального матеріалу «мікроциклу» заняття:

- I етап — подання нового навчального матеріалу;
- II етап — тренування у спілкуванні;
- III етап — практика у спілкуванні [3].

Цю практику доцільно поєднувати з використанням елементів аудіолінгвального методу навчання іноземних мов, який забезпечує автентичність мовлення, оволодіння іншомовним спонтанним мовленням, удосконалення навичок аудіювання, можливість «занурення» у мовне середовище, наявність полікультурного середовища, різноманітні зразки мови, зокрема вимову, тощо.

Реалізація принципу організації колективного спілкування уможливлюється використанням текстів-полілогів, які є основними дидактичними одиницями інтенсивного навчання іноземних мов.

Полілог як форма спілкування передбачає більше ніж 2 спілкувальників. Як дидактична одиниця, текст-полілог повинен містити до 150 нових лексических одиниць, причому на початковому рівні тексти-полілоги можуть включати до 300 нових навчальних одиниць. Традиційною вимогою інтенсивного навчання з використанням текстів-полілогів є 4-разове пред'явлення кожного полілога [3].

Використання текстів-полілогів дозволяє забезпечити «занурення» учнів в мовне середовище, що допомагає у максимально короткий строк оволодіти основами іншомовного спілкування у типових ситуаціях.

Необхідно відзначити розвиваючий вплив інтенсивного навчання іноземної мови на особистісно-професійний розвиток студентів. Інтенсивна мовленнєва діяльність активізує реалізацію таких основних функцій мови, як когнітивна (засіб мислення та пізнання) та комунікативна (засіб спілкування), що має безпосередній вплив на мовця. У процесі інтенсивного використання мови прискорюються процеси пізнання, передачі суспільного досвіду, виробляються вміння соціальної взаємодії.

Активне особистісне спілкування у процесі інтенсивного навчання іноземних мов, особливо іноземної мови за професійним спрямуванням, ділової іноземної мови, забезпечує розвиток умінь та навичок професійного спілкування і вдосконалення особистості загалом. Таким чином, проявляється взаємообумовлена соціальна природа людського спілкування: спілкування сприяє особистісному розвитку людини, а відповідний рівень особистісного розвитку, а значить і спілкування, інтенсифікує оволодіння мовою, проявляючи, активізуючи резервні можливості людини, зокрема в мовленнєвому аспекті.

У процесі оволодіння мовою людина засвоює основні форми та закони мислення, що дає змогу вийти за межі безпосередніх чуттєвих образів на рівень понять. Інтенсивне навчання іноземної мови активізує розумовий розвиток особистості, вдосконалює її понятійне мислення, що є вирішальним при формуванні таких освітніх компетенцій, як професійно-комунікативна, компетенція особистісного вдосконалення, соціальна, громадянська.

Інтенсивна мовленнєва діяльність у процесі рольових ігор, колективної взаємодії активізує формування умінь та навичок ефективного користування мовою. Відповідно підібраний мовний матеріал рольових ігор, полілогів може забезпечити формування відповідних рівнів користування мовою, а також умінь та навичок ефективного спілкування, тобто такого спілкування, у процесі якого досягаються основні цілі комунікації, які визначаються потребами людини, а саме: потребою у взаємодії з іншими людьми, потребою в отриманні інформації, потребою в пізнанні себе та іншого, в самоактуалізації.

Необхідно також акцентувати на розвиваючому потенціалі інтенсивного навчання іноземних мов в аспекті формування та вдосконалення світоглядної культури студентів. Оволодіння новою мовою рівнозначне виробленню нового погляду на попереднє світоглядність. На думку мовознавців, існує стільки світів і стільки світобачень, скільки мов (Л. Вайсгербер). Людина бачить світ таким, яким він зафікований у рідній мові. Оскільки сприйняття й діяльність людини залежать від її уявлень, то її ставлення до реальності значною мірою зумовлене мовою. За твердженням видатного німецького вченого В. Гумбольдта, мова описує навколо людини ніби зачароване коло, вийти з якого можна лише тоді, коли вступити в інше коло, тобто вивчити іншу мову. Перехід на іншу мову спричиняє зміну світобачення [5].

Таким чином, інтенсивне вивчення іноземних мов активізує вироблення універсального погляду на речі та явища об'єктивної дійсності, світовідчуття, яке поєднує особливості національного світогляду з неупередженістю щодо інших культур та мов, що особливо актуально з точки зору міжкультурного діалогу в інформаційному суспільстві і є ознакою високого професіоналізму сучасного фахівця.

Література

1. Гапонова С. В. Сучасні методи викладання іноземних мов за рубежем (англ. мова) [Текст] / С. В. Гапонова // Іноземні мови. — 1998. — № 1. — С. 24–31.
2. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання [Текст] / Наук. ред. укр. вид. : д-р пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва. — К. : Ленвіт, 2003. — 273 с.
3. Китайгородская Г. А. Методика інтенсивного обучения иностранным языкам [Текст] / Г. А. Китайгородская. — М. : Вища школа. — 1986. — 344 с.
4. Китайгородская Г. А., Леонтьев А. А. Содержание и границы понятия интенсивное обучение [Текст] / Г. А. Китайгородская, А. А. Леонтьев // Методика и психология интенсивного обучения иностранным языкам : Сб. научн. тр. — М., 1981.
5. Кочерган М. П. Загальне мовознавство [Текст]: підруч. / М. П. Кочерган. — К., 2003. — С. 111–113.
6. Лозанов Г. Суггестопедия при обучении иностранным языкам [Текст] / Г. Лозанов // Методы интенсивного обучения иностранным языкам : Сб. научн. тр. Вып. 1. — М., 1973. — С. 9–17.
7. Методика изучения языков. Метод Лозанова. Суггестология — изучение внушения и внушаемости [Електронне видання]. — Режим доступу : <http://filolingvia.com/publ/67-1-0-104>.
8. Ніколаєва С. Ю., Шерстюк О. М. Сучасні підходи до викладання іноземних мов [Текст] / С. Ю. Ніколаєва, О. М. Шерстюк // Іноземні мови. — 2002. — № 1. — С. 39–46.
9. Общая методика обучения иностранным языкам [Текст] : хрестом. / Сост. А. А. Леонтьев. — М., 1991. — 360 с.
10. Рабинович Ф. М., Сахарова Т. Е. Интенсивные методы обучения иностранным языкам и средняя школа [Текст] / Ф. М. Рабинович, Т. Е. Сахарова // Иностр. яз. в шк. — 1991. — № 1. — С. 9–17.
11. Формирование личности: психологические проблемы [Текст] : сб. научн. тр. / Отв. ред. А. В. Петровский. — М., 1989. Ч 72 с.

Гуляк О. Б.

РАЗВИВАЮЩИЙ АСПЕКТ ИНТЕНСИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

В статье проанализировано развивающие эффекты интенсивного обучения иностранным языкам, в частности с точки зрения личностно-профессионального становления студентов, а также развивающий потенциал личностного общения в процессе овладения иностранным языком.

Ключевые слова: интенсивный метод, активизация, резервные возможности, личностное общение.

Hulyak O. B.

**DEVELOPMENTAL ASPECT OF INTENSIVE LEARNING
FOREIGN LANGUAGES**

The article analyzes the developmental effects of intensive learning foreign languages, particularly in terms of personal and professional development of students as well as the developmental potential of personal communication in the process of mastering a foreign language.

Key words: intensive method, activization, backup capabilities, personal communication.

УДК 338.482:811.111.

Нікитенко Олеся Дмитрівна, викладач-стажист,
Львівський інститут економіки і туризму

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЛЕКСИКИ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Наукова стаття присвячена дослідженням питань актуальності вивчення фахової лексики англійською мовою у туристичній індустрії та сфері готельно-ресторанного бізнесу. Виявлено основні труднощі практичного застосування професійної лексики у галузі. Запропоновано вивчення належного фахового лексичного словника за окремими категоріями (блоками).

Ключові слова: готельно-ресторанна справа, категорії (блоки) вивчення лексики англійською мовою, лексичний словник, лексичні одиниці, туризм.

Із поступальним розвитком суспільства, все більше зацікавленості викликає туристична індустрія, котра швидко розвивається та оперує чималими прибутками, а також невід'ємний її елемент — сфера готельно-ресторанної справи. Такий подальший розвиток передбачає забезпечення туристичної галузі такими співробітниками, котрі володіють якісною підготовкою та фаховими навичками володіння професійною лексикою саме англійською мовою, як однією з найпопулярніших мов світу, у сфері туризму та готельно-ресторанної справи. Це обумовлює актуальність наукового дослідження. Поряд із вищезазначеним, часто на шляху вивчення та практичного використання лексичних одиниць англійською мовою, зустрічаємося із рядом труднощів.

За результатами аналізу останніх досліджень і публікацій, можемо дійти висновку, що перше, англійська мова є мовою світового рівня, особливо у країнах Європейського Союзу (далі — ЄС). І як свідчать результати аналізу мапи JakubMarian'sMaps [6] бачимо, що населення 15 із 28 країн ЄС володіє достатнім рівнем знання англійської мови. Поряд з тим, говорячи про особливості професійного мовлення у сфері туризму та готельно-ресторанної справи, важливо наголосити зокрема на важливості підбору належного «лексичного словника». Цим питанням багато уваги приділено у працях Єж. М. [1], Прими В. В. [2]. Окремо варто виокремити іноземні наукові дослідження, що стосується аналізу практичних проблем використання лексичних одиниць англійською мовою (N. Prachanant [7]), а також питання структурування лексичних одиниць відповідно до загальних (базових) та спеціальних категорій (H. Tanji [5], а також інтернет-ресурси [3], [4]).

Основними невирішеними раніше частинами загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття вважаємо структурованість та обґрунтованість щодо важливості вивчення та навиків практичного застосування лексичних одиниць за окремими категоріями саме у сфері туризму та готельно-ресторанної справи.

Основними завданнями наукового дослідження є наступні:

- оглянути частку застосування англійської мови у країнах ЄС, як чільний аспект, що підтверджує актуальність вивчення лексики англійською мовою у сфері туризму;
- підібрати належний професійний «лексичний словник» («термінологічний словник»), за окремими блоками: базовим, професійним, а також при дослідження окремих категорій, а саме: 1) вивчення лексичних одиниць англійською мовою на рівні туризму загалом (Tourist lexical units); 2) професійне володіння фаховою лексикою для готельного персоналу (Hotel vocabulary або English for Hotel Staff); 3) професійне володіння фаховою лексикою на рівні ресторанної справи (Restaurant vocabulary або English for Food and Drink Staff);

— оцінити ряд труднощів, котрі проявляються на практиці у ході вивчення професійної лексики англійською мовою, в тому числі через: сприймання лексичних одиниць на слух/прослуховування (Listening), безпосередньо розмова (Speaking), читання (Reading) та письмо (Writing).

Англійська мова є однією з мов у світі, котра найчастіше вивчається другою після державної мови, проте лише невеликий відсоток населення світу спроможний підтримати розмову на англійській мові. При цьому, відзначимо, що Європа і надалі є традиційно дуже англоєзикованою у порівнянні з рештою країн світу, що є визначальним фактором спілкування на рівні «турист–місцеве населення» (табл. 1).

Таблиця 1

Відсоток населення країн ЄС, котрі спроможні підтримати розмову англійською мовою у контексті туризму (станом на травень 2014 року, %)

Країна (рік вступу до ЄС)	% населення, що спроможне підтримати розмову англійською мовою, в країнах ЄС	Країна (рік вступу до ЄС)	% населення, що спроможне підтримати розмову англійською мовою, в країнах ЄС
Бельгія (1957 р.)	52	Швеція (1995 р.)	86
Північна Ірландія (1957 р.)	56	Латвія (2004 р.)	46
Італія (1957 р.)	34	Литва (2004 р.)	38
Люксембург (1957 р.)	56	Естонія (2004 р.)	50
Нідерланди (1957 р.)	Понад 95	Мальта (2004 р.)	89
Франція (1957 р.)	39	Польща (2004 р.)	34
Великобританія (1973 р.)	Понад 95	Словаччина (2004 р.)	26
Данія (1973 р.)	86	Словенія (2004 р.)	59
Ірландія (1973 р.)	Понад 95	Чехія (2004 р.)	27
Греція (1981 р.)	51	Угорщина (2004 р.)	20
Португалія (1986 р.)	27	Кіпр (2004 р.)	73
Іспанія (1986 р.)	22	Болгарія (2007 р.)	25
Австрія (1995 р.)	73	Румунія (2007 р.)	31
Фінляндія (1995 р.)	70	Хорватія (2013 р.)	(відсутні дані) *

* переджерелом даних табл. 1 ґрунтуються на базі довідника «Special Eurobarometer 386» (котрий датується 2012-им роком, а отже, даних Хорватії не включені!)

Джерело: JakubMarian'sMaps [6]

Аналізуючи дані табл. 1 бачимо, що понад 50 % населення володіє англійською мовою лише у 15-ти країнах ЄС із 27-ми, що відображені вище (при цьому рівень фаховості не досліджувався), а лише можливість підтримати розмову.

Поряд з цим у туризмі, рекреації та готельно-ресторанній справі намагаються понад усе залучати саме фаховий персонал іззначенним досвідом спілкування та володінням професійною лексикою на англійській мові. Перш за все тому, що суттєво зростає відсоток відвідуваності та рекомендацій туристами готелів, ресторанів та інших закладів рекреації, де працює персонал із фаховим володінням професійною англійською лексикою, а отже і зростає прибутковість таких закладів.

Наведемо цікаві результати одного із досліджень, здійсненим на кінець 2012-го року науковцем Prachanant Nawamin [7] (табл. 2). Так, відзначимо, що дані табл. 2 базуються на власних дослідженнях автора, котрі проводилися упродовж чотирьох місяців 2012-го року за участю 40-ка співробітників (з них: 22-чоловіків і 18-жінок із досвідом як праці, так і фахового володіння професійною англійською лексикою зі стажем 4–20 років) п'яти різних міжнародних туристичних компаній Таїланду.

Розглядаючи табл. 2 можна стверджувати, що найчастіше виникають труднощі, зокрема пов'язані з нерозумінням англійського акценту (65,0 %) з використанням невідповідної лексики англійською мовою під час розмови (52,5 %), недостатній рівень знання належної професійної англійської лексики у галузі для читання (45,0 %).

Таблиця 2
Труднощі застосування та сприйняття професійної лексики англійською мовою
у сфері туризму та готельно-ресторанної справи [7, с. 121–122]

Категорія проблем персоналу	Частота виникнення проблеми	Відсоток, %
Труднощі сприйняття лексики англійською мовою:		
— іноземні туристи розмовляють надто піздко;	9	22,5
— незнання значень окремих малопопулярних слів;	3	7,5
— втрачена можливість дослухати англомовного туриста за різних причин;	2	5,0
— неможливість розуміння іноземного акценту.	26	65,0
Труднощі спілкування:		
— невміння правильно вимовляти слова та фрази;	2	5,0
— використання не зовсім відповідної лексики під час розмови;	21	52,5
— невміння структурно та граматично правильно побудувати речення у ході спілкування.	12	30,0
— відсутнія висвітність у розмові.	4	10,0
Найчастіші труднощі читання та письма:		
— недостатній рівень знання належної професійної англійської лексики у галузі для читання;	18	45,0
— недостатні знання граматики при письмі.	16	40,0

У цьому контексті варто наполягти на особливості актуальності вивчення професійної лексики англійської саме як чужої, не рідної мови (nonnative english speaking) не лише у сferах готельно-ресторанної справи, казино, сфері бізнес, а й у туристичній індустрії загалом. Ось чому, у зв'язку з актуальністю дослідження, виступає об'єктивна потреба професійного вивчення лексики англійською мовою для туризму та готельно-ресторанної сфери, виділивши, зокрема, такі три блоки (категорії) для дослідження:

- 1) основи вивчення професійної лексики англійською мовою (basic spok enenglish):
 - знання оточення (know your surroundings);
 - зустрічі гостей (meet the Guests);
 - ввічливість (Guestcourtesy);
 - знання часу, днів та дат (Time, Days&Dates);
 - вміння описати послуги готельного комплексу (describing Hotel facilities);
 - ввічливість при телефонній розмові (telephone courtesy);
 - знання загальних фраз (general expressions);
 - вміння запитувати/уточняти у гостей (ask your Guest);
 - вміння працювати із заявками гостей, їх скаргами та різного роду проблемами, які виникають (dealing with Guest`requests, complaints&problems);
 - вміння як робити компліменти, так іреагувати на них (giving&receiving complements) ;
 - опіртуватися у напрямках та консультування з питань місцезнаходження та транспорту (directions, locations&transportation);
 - пропонування допомоги та всяке сприяння (offering help or assistance);
 - здійснення різного роду порівнянь (making comparisons);
 - замовлення столиків у ресторанах, пропонування страв, оплата рахунків (booking a table, ordering the meal, paying the bill) [5].
- 2) вивчення фахових лексических одиниць англійською мовою, виходячи з дослідження туристичних довідників. У цьому контексті особливими лексичними одиницями варто вважати зокрема такі: exchangerate (курс обміну валюти); embassy (посольство); insurance Passport (туристичний страховий поліс або так звана «Зелена карта»); landing

card (дозвільна картка для виходу із прикордонної зони під час стоянки автомобіля туриста); request (запит щодо підтвердження тої чи іншої послуги); tip (чайові); tour operator (туристичний оператор); travelmap (дорожня туристична мапа); touristvisa (туристична віза) [2, с. 90–91].

У дану категорію вважаємо за доцільне також віднести зокрема такі лексичні одиниці за наступними підкатегоріями, зокрема:

а) вивчення лексики англійською мовою при дослідженні готельної індустрії (тут використання словникового запасу буде відрізнятися залежно від того з чиєї точки зору розглядати дослідження: відвідувача, туриста, бізнес-гостя або ж з позиції обслуговуючого персоналу готельних комплексів. Попри те, найчастішими лексичними одиницями (Hotel Vocabulary) варто вважати такі: adjoiningrooms (суміжні кімнати); baggage (багаж); bellboy (коридорний); check-in /check-out (заїзд/виїзд в/з готелю, отримання/повернення ключів на рецепції); complimentarybreakfast (безкоштовний сніданок); hostel (хостел); housekeeping, maid (організація прибирання номера); hotel manager (менеджер готелю); kitchenette (наявність невеличкого холодильника та приміщення для приготування їжі безпосередньо у номері); parkingpass (пропуск на автостоянку); roomservice (обслуговування номерів); weightroom/ workoutroom/ gym (тренажерний зал) [4];

б) лексичні одиниці англійською мовою при дослідженні ресторанної справи (У цю підкатегорію відносимо такі лексичні одиниці: appetizer (закуска); appetizing (апетитний); barbecue (барбекю); beverage (напій); bill, cheque, check (чек, квитанція); bookoff (відзначення дня, в котрий співробітник не працюватиме); bottleopener (відкривачка для пляшок); breaded (панірувальний); cash (готівка); chef (шеф-кухар); coffeemaker (кавоварка); complaint (скарга); condiments (приправи); customer, guest (клієнт/гість); delicious (дуже смачний); desserttray (огляд десертів не на меню, а на великих тарілці); fast-food (фаст-фуд); fry (смажити); homemade (приготування за рецептром); ingredients (складники); makechange (внесення змін); menu (меню); nonalcoholicbeverage (безалкогольний напій); order (здійснення замовлення послуги); overcharge (виставлення помилкового рахунку клієнту); paycheque (оплата праці персоналу ресторану щотижня або двічі на місяць); portion (порція страви); recipe (рецепт); restrooms (дамська кімната); self-serve (самообслуговування); souschef (сушеф); waiter, waitress (офіціант/офіціантка); waitinglist (лист очікування); wine tasting (дегустація вин))[3];

3) вивчення професійної лексики англійською мовою для конкретних цілей/окремих відділів, зокрема:

- лексика відділу людів (English for Human Resources Department);
- лексика у бізнес-центрі (English for Business Centre);
- лексика для цілей ведення бухгалтерського обліку (English for Accounting Department);
- лексика відділу продовольства та напоїв, рецептії, ресторанів (English for Food&Beverage Department);
- лексика допоміжного, обслуговуючого відділу (Housekeeping Department);
- лексика при співпраці з відділом продажів та маркетингу (English for Sales&Marketing Department) [5].

Таким чином, виокремлення даних блоків сприятиме структуруванню напрямків, як найбільш ефективно вивчати лексику англійською мовою, на що звертати увагу, та на яких труднощах практичного використання акцентувати увагу.

Підsumовуючи, відзначимо, що у ході наукового дослідження, нами наголошено на важливості вивчення лексики англійської мови, перш за все, як світової мови для

різних зацікавлених груп населення: туристів; бізнес-гостей; обслуговуючого персоналу готельних комплексів, ресторанних закладів та інших туристичних закладів; а також рівень володіння лексикою англійської мови місцевого населення, котре зацікавлене у розвитку туризму своєї держави та/або, можливо, в отриманні власного зиску від туристичних потоків.

Незалежно від тієї чи іншої категорії, досліджено перелік труднощів, котрі за словами практиків (базуючись на результатах спостережень науковця PrachanantNawamin), зустрічаються найчастіше, і серед них такі: труднощі, пов'язані з нерозумінням англійського акценту (65,0 %), з використанням невідповідної лексики англійською мовою під час розмови (52,5 %) та інші. Так, виходячи з актуальності вивчення професійної лексики англійською мовою у сфері туризму та виходячи з труднощів практичного застосування, виокремлено на нашу думку три основні блоки дослідження лексичних одиниць, зокрема: основи вивчення професійної лексики англійською мовою (basic spoken english); вивчення фахових лексичних одиниць англійською мовою, виходячи з дослідження туристичних довідників; вивчення професійної лексики англійською мовою для конкретних цілей/окремих відділів.

Перспективу подальшого дослідження вбачаємо у розробці власного дослідження на предмет підтвердження актуальності вивчення лексики англійською мовою, через дослідження особливих вимог при здійсненні підбору кадрів вітчизняними та зарубіжними закладами туризму, для цілей дослідження актуальності та необхідності фахового володіння англійською мовою по відкритих вакансіях.

Література

1. Єж М. Особливості професійного мовлення: термін у сфері туризму (на матеріалі української та польської мов) [Текст] / М. Єж / Мова і суспільство. — 2014. — Вип. 4. — С. 206–213.
2. Прима В. В. Терміни, що позначають особисті речі туристів англомовних туристичних путівників по Україні [Текст] / В. В. Прима // Філол. трактати. — 2012. — № 4. — С. 89–91.
3. English for Food and Drink Staff [Електронний ресурс]. — English Club. — Режим доступу : <https://www.englishclub.com/english-for-work/food-drink.htm>
4. English for Hotel Staff [Електронний ресурс]. — English Club. — Режим доступу : <https://www.englishclub.com/english-for-work/hotel.htm>
5. Hotelier Tanji. Professional Spoken English for Hotel & Restaurant Workers : A Must Read Guide for Non Native English Speaking Hospitality Students & Workers [Text] / Hotelier Tanji. — 1 ed. — CreateSpace Independent Publishing Platform, 2014. — 206 p. — ISBN : 978-1500769925.
6. Marian J. Map of the percentage of people speaking English in the EU by country [Електронний ресурс] / J. Marian // Jakub Marian's Language learning, science & art. — Mode of access: <https://jakubmarian.com/map-of-the-percentage-of-people-speaking-english-in-the-eu-by-country>.
7. Prachanant N. Need Analysis on English Language Use in Tourism Industry [Текст] / N. Prachanant // Procedia - Social and Behavioral Sciences. — 2012. — Vol. 66. — P. 117–125.

Нікитенко О. Д.

АКТУАЛЬНОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ НА АНГЛИЙСКИМ ЯЗЫКОМ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ДЕЛА

Научная статья посвящена исследованию вопросов актуальности изучения профессиональной лексики на английском языке в туристической индустрии и сфере гостинично-ресторанного бизнеса. Выявлены основные трудности практического применения профессиональной лексики в области. Предложено изучение надлежащего профессионального лексического словаря по отдельным категориям (блокам).

Ключевые слова: гостинично-ресторанное дело, категории (блоки) изучение лексики на английском языке, лексический словарь, лексические единицы, туризм.

Nykytenko O. D.

ACTUALITY OF STUDY THE PROFESSIONAL VOCABULARY BY ENGLISH IN THE FIELD OF TOURISM AND THE HOTEL-RESTAURANT BUSINESS

The article is devoted to research of the problematic issues of the relevance of study the professional vocabulary in English in the field of the tourist industry and the hotel and the restaurant business. Major difficulties in the practical application of professional vocabulary in the tourism industry are found. Study of the professional vocabulary in separate categories (blocks) is suggested.

Keywords: hotel and restaurant business (the hospitality business), categories (blocks) of study the professional vocabulary in English, vocabulary, lexical units, tourism.

УДК 81-13+004.42+377:378.1

Швець Галина Володимирівна, викладач,
Львівський інститут економіки і туризму

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ПРОГРАМИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ СТУДЕНТАМ НЕФІЛОЛОГІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

У статті показано, яку роль відіграють комп’ютерні програми навчання іноземних мов студентам нефілологічних спеціальностей. Автор розкриває основні функції, завдання і можливості комп’ютерних програм для вивчення іноземних мов студентами нефілологічних спеціальностей. Проаналізовано програми, які використовуються для вивчення іноземних мов (англійська, німецька, французька).

Ключові слова: комп’ютерна програма; мультимедійна програма; іноземна мова; Інтернет-технології; нефілологічні спеціальності.

Питання щодо використання Інтернет-технологій у навченні стає все актуальнішим, оскільки Інтернет вже давно став повсякденністю для школярів, студентів та викладачів, а інформаційно-комунікаційні технології створюють нове глобальне середовище, в якому майбутнє покоління не лише спілкується, а й будує професійні стосунки та презентує себе.

З поширенням інформаційних технологій викладачі отримали можливість використовувати різноманітні медіа-засоби для збагачення мовного середовища, зокрема на заняттях іноземною мовою. На зміну аудіозаписам і навчальним телепередачам прийшли комп’ютерні програми, відео, супутникова телебачення та Інтернет.

Використання Інтернет-технологій у вивченні іноземних мов сьогодні набуває особливого значення. Світові та українські лінгвісти та педагоги активно працюють над можливістю вивчення та викладання одночасно кількох іноземних мов. Вищі навчальні заклади України не залишаються оподалік інноваційного розвитку освіти і науки, а тому намагаються забезпечити умови для формування високого рівня іншомовної компетентності випускників.

Питання викладання іноземної мови студентам нефілологічних спеціальностей досліджується у роботах низки науковців. Цієї проблеми торкаються такі дослідники, як Безпалько В. П., Берман І. М., Цветкова М. М. Вони провели грунтовний аналіз усіх видів мовленнєвої діяльності, визначили їх роль у навчальному процесі, розглянули основні принципи підбору лексичного та граматичного матеріалу до занять.

Ю. Гапон, В. Лядіс, Е. Носенко, М. Collins, M. Simonson, A. Thompson та інші досліджують проблему використання новітніх інформаційних технологій у навченні іноземної мови.

Розробленням і введенням у навчальний процес нових інформаційних технологій займаються такі науковці, як Є. Дмитрієва, С. Новіков, Є. Полат, Т. Полілова, Л. Цвєткова та інші.

Нашою метою є показати, яку роль відіграють комп’ютерні програми при навчанні іноземних мов студентів нефілологічних спеціальностей.

Для досягнення зазначененої мети поставлені такі завдання:

- надати загальну характеристику використання комп’ютерних навчальних програм у викладанні іноземних мов;
- навести приклади таких програм;
- розкрити основні функції, завдання і можливості комп’ютерних програм для вивчення іноземних мов (на прикладі вибраних мультимедійних посібників та курсів).

Комп'ютерні навчальні програми у викладанні англійської мови стали використовуватися з 80-х років ХХ ст. Використовувати інформаційні технології на заняттях з іноземної мови можна по різному. Це можна представити таким чином:

- використання інформаційних технологій в індивідуальній та груповій роботі;
- використання електронних підручників;
- використання окремих типів файлів (зображення, відео, аудіо, анімації) [9].

Мультимедіа — це сукупність комп'ютерних технологій, у якій одночасно використовується кілька інформаційних середовищ: графіка, текст, відео, фотографія, анімація, звукові ефекти, високоякісний звуковий супровід [9].

Науковці стверджують, що завдяки мультимедійним програмам студенти можуть працювати у своєму ритмі та згідно зі своїми потребами [11]. Проведення експериментальних досліджень свідчить про те, що найкращі результати при вивченні іноземної мови отримали ті студенти, котрі використовували мультимедійні навчальні програми. Це пояснюється тим, що навчання з допомогою мультимедійних технологій характеризується одночасним візуальним та слуховим сприйняттям, синтезом та синхронізацією вербалізованих та невербалізованих знань, синхронізацією та інтеграцією різноманітних джерел навчальної інформації.

При навчанні іноземної мови комп'ютерні технології дозволяють:

- створити комунікативні ситуації у спілкуванні;
- увести в мову вирази-кліше;
- розвивати навички читання;
- удосконалювати здатність отримувати і обробляти інформацію;
- створити комфортні умови для сприйняття матеріалу.

Сьогодні поряд із навчальними підручниками та посібниками існує багато навчальних курсів іноземних мов, які є мультимедійними продуктами. Серед таких досить багато прикладних програм, що використовуються у вивченні іноземних мов: «Lingua Land», «Tell me more», «Language Study», «Transparent Language_BYKI_German /Italian /French /Polish», «4,001 Business, Sales & Personal Letters»; «597 Business Letters», «Learn Irregular Verbs», «Французкий язык. Лингафонный курс», «Професор Хіггінс», «Oxford Platinum», «Francias Platinum», «Test Master Total English», «Одразу говори англійською», «Euro Plus», «Media Publishing», «Distance Learning», «Promt».

Ці мультимедійні програми виконують інформаційно-пізнавальну функцію, використовуючи сучасну методику інтенсивного вивчення мови. Вони навчають студентів аналізу граматичних явищ і збагачують словниковий запас. Фонетичні вправи з курсів «Tell me more», «Oxford Platinum», «Francias Platinum», «LanguageStudy», «Transparent Language_BYKI» навчатимуть правильній вимові та артикуляції. Програма «Oxford Platinum», «Francias Platinum» чи «Transparent Language_BYKI» закріплють навички читання та роботи над текстом.

На заняттях іноземних мов за професійним спрямуванням активно використовуються такі навчальні програми: «Euro Plus», «Media Publishing», «Distance Learning», «Promt» при навчанні фонетики (можливість записати свій голос, порівняти зі зразком), граматики (20 видів вправ), лексики (слова, діалоги, ситуації), читання й аудіювання (запис професійних ситуацій).

Розглянемо атрибути таких курсів на прикладі вибраних програм:

1) Мультимедійна навчальна програма «Професор Хіггінс. Англійська без акценту!».

Це повний фонетичний, лексичний і граматичний мультимедійний довідник-тренажер. Складається з двох курсів: курсу англійської фонетики та курсу граматики.

Курс англійської фонетики призначений для тих, хто бажає навчитися розуміти англійську мову та засвоїти англійську вимову (так званий варіант «Бі-бі-сі», що є нормою мови на англійському телебаченні) незалежно від початкового рівня знань.

Програма побудована за принципом «від простого до складного» (звуки, слова, фрази, аудіотренінг, диктант, тематичні діалоги, прислів'я, скоромовки, вірші та оповідання), включає теоретичні матеріали (правила, схеми, приклади, які пояснюють теоретичний матеріал). Особливість навчання — порівняння власної вимови з еталонним не тільки на слух, але й візуально, по графіку на екрані монітора. Граматична частина містить досить різноманітні вправи, які можуть допомогти в опрацюванні потрібного граматичного матеріалу.

2) Мультимедійний навчальний курс «Oxford Platinum».

Курс заснований на сучасній методіці інтенсивного вивчення іноземних мов, розробленій викладачами всесвітньо відомого Оксфордського університету. Весь звуковий матеріал озвучений професійними дикторами — носіями англійської мови. Можна коректувати вимову за допомогою комп’ютера, навчитись швидко і правильно утворювати прості фрази і складні речення англійською мовою, писати диктанти, чити граматику і фонетику, контролювати успішність.

Курс складається з п’яти взаємопов’язаних підсистем:

— Діалог. Розділ складається з 144 уроків з діалоговими ситуаціями з життя. Кожен урок містить словник, граматичні пояснення до кожного діалогу, вправи щодо відпрацювання вимови, написання та перекладу слів і фраз;

— Фільм. Звуковий ряд, слайди і текст допомагають зрозуміти, як розмовляють у країні, мова якої вивчається, вловити різницю діалектів і просто відчути мову;

— Словник. Ілюстрований і озвучений словник містить більш, ніж 15000 слів (що є достатнім для вільного спілкування);

— Граматика. Граматичний розділ, доступний за змістом і зручний для використання, містить повний курс морфології та синтаксису. З його допомогою студенти навчаються говорити і писати на мові, що вивчається, не лише грамотно, а й красиво;

— Фонетика. Цей розділ містить ґрунтовний теоретичний матеріал з фонетики і практичні заняття для відпрацювання вимови, інтонації та швидкості мови.

3) Мультимедійний курс «Tell me more».

«Tell me More» — це повний курс зі словником і поясненнями до граматики, який допоможе у розвитку навичок розмовної мови і вимови. «Tell me More» складається з таких розділів:

— Діалог: «Tell me More» ставить запитання, студенту потрібно вибрати правильний варіант відповіді й озвучити його; програма оцінює сказане;

— Вимова: усі репліки програми озвучуються носіями мови, через це студенти можуть побачити і порівняти графічне зображення своєї вимови і того, що сказав носій мови, а потім вправлятися у вимові певних звуків, слів або речень;

— Відео: відеосюжети допоможуть пристосувати слух до іноземної мови і зрозуміти її. Під кінець сюжетів подана низка питань на розуміння. При виникненні проблем можна ще раз переглянути кліп, включивши субтитри чи без них;

— Глосарій: будь-яке незрозуміле слово, використане у програмі, буде перекладене програмою;

— Граматичні тлумачення: програма допоможе зрозуміти і запам’ятати правила граматики з допомогою картино;

— Вправи: для кращого засвоєння матеріалу студентам слід виконати низку простих вправ: вставити відповідні за змістом слова, написати диктант чи скласти речення з певних слів. Крім того, можна розгадати кросворд або пограти в «шибеницю».

— Результати навчання: подивившись на свої результати, студенти дізнаються, наскільки вони засвоїли тему, що вивчали, і зрозуміють, що потрібно повторити або пройти ще раз.

— Опції: програма надає можливість настроювати рівень складності. Якщо вивчили тему важко, можна знизити вимоги, а якщо вивчення видається занадто легким, — підвищити їх.

З допомогою цього курсу можна вивчити: англійську, американську англійську, французьку, німецьку, іспанську й італійську. Для кожної мови існує три рівні навчання: початковий, середній і вищий, а курс англійської включає ще бізнес-рівень.

Кожен рівень пропонує:

- Більше 100 годин навчання;
- Близько 35 годин мовної практики;
- Понад 500 пропозицій і 2000 слів;
- 1500 слів (у глосарії);
- Два відео у форматах MPEG і AVI.

Студенти покращать свою вимову з допомогою системи розпізнавання мови. Ця технологія дає можливість вести діалог з комп’ютером на запропоновану тему з реального життя, адже «Tell me More» розуміє мову студента, оцінює її і коригує помилки.

Програма «Tell me More» призначена як для самостійного вивчення іноземної мови, так і для навчання в групах.

4) Мультимедійна навчальна програма «Французька з півслова: тренажер. +6000 найбільш використовуваних французьких слів».

Мультимедіа-підручник «Французька з півслова» — це електронний посібник, побудований на психологічних механізмах та алгоритмах пам’яті. Багато в чому швидке й ефективне навчання досягається через логічний розподіл 6000 слів на окремі категорії, теми і уроки. Підручник «Французька з півслова» розбиває матеріал на три розділи: частота використання у французькій мові, частини мови і теми. При цьому теми охоплюють такі важливі сторони життя, як віру і релігію, зовнішність і характер, пори року, міста і вулиці, дім і побут, тварини і рослини, будівлі та споруди, мистецтво, літературу, медицину, звертання і вітання, ділову лексику, навчання та заняття і багато-багато іншого.

Докладний зміст всіх розділів і груп можна побачити в електронному змісті підручника «Французька з півслова». Також зміст слугує для швидкого пошуку і переходу на потрібну тему. Курс можна проходити як послідовно, так і з будь-якого розділу. Всі теми і групи слів розділені на невеликі уроки з оптимальною для одноразового запам’ятовування кількістю слів. Об’єднання слів відбувається згідно певної загальної ознаки, завдяки чому до процесу навчання підключаються асоціативні механізми психіки. Всі слова з конкретного уроку відображаються у підсловнику. На кожне слово відведена сторінка-картка, на якій вказані значення і написання слова. Також можна прослухати його звучання. Для знайомства з усіма словами поточного уроку можна перемикати їх вручну або за допомогою демо-режimu — автоматичного «перегортання слів» ззвучуванням. Налаштування цього режиму дозволяють задати оптимальний для учня інтервал часу і кількість повторів. Однією з найважливіших мультимедійних можливостей підручника «Французька з півслова» є опція запису і прослуховування голосу користувача. Це реалізовано в програмі з метою відпрацювання правильної вимови. Слово записується за допомогою мікрофона, і його звучання можна порівняти з оригінальною версією.

Після того, як студент вивчить слова уроку, він може приступати до виконання комплексу вправ, спрямованого на закріплення матеріалу. Комплекс вправ являє собою комбінацію завдань на правопис, переклад та аудіовання. При цьому послідовність

завдань підлаштовується під користувача індивідуально. Якщо під час відповідей користувач допускає граматичну помилку, посібник видає вікно відпрацювання написання слова. Це допомагає краще засвоїти матеріал, виключити прогалини у знаннях і помітно вдосконалити навички правопису.

Під час виконання вправ посібник «Французька з півслова» веде облік допущених помилок, правильних відповідей і відпрацьованих слів. Відпрацьовані слова записуються в розділ словникового запасу — в ньому зберігається вся інформація про пройдені слова і зазначено процентне співвідношення засвоєного матеріалу. Методика передбачає кілька стадій перевірки отриманих знань. Так, мультимедіа-підручник оснащений контролером відпрацьованих слів. Цей контролер з'являється на еcranі з заданим проміжком часу, щоб перевірити, наскільки добре студент пам'ятає пройдений матеріал.

Технологія інтелектуального аналізу автоматично виявляє і запам'ятує важкі слова, щоб студент міг попрацювати над ними. У мультимедіа-підручнику є спеціальна панель відпрацювання важких слів. Крім цього, інтерактивний посібник веде журнал успішності, куди заносить всі оцінки за уроки. Підручником «Французька з півслова» ведеться докладна статистика навчання: враховуються відомості про кількість відпрацьованих слів, помилок і правильних відповідей, а також час заняття по днях, місяцях і роках.

5) Мультимедійний підручник «Diamond Deutsch: 85 усних тем з німецької мови».

Програма «Diamond Deutsch: 85 усних тем з німецької мови» — це мультимедійний підручник, адресований школярам, абітурієнтам та студентам, які потребують швидкого і надійного оволодіння темами німецької мови. Підручник призначений для підготовки до шкільних і вступних іспитів з німецької мови, і його основним завданням є допомога в освоєнні змісту і слова основних екзаменаційних текстів. На етапі реєстрації студента пропонується вибрати рівень складності, який відповідає його підготовці та вимогам до рівня знань: А (простий) або В (складний).

У програмі «Diamond Deutsch: 85 усних тем з німецької мови» містяться дійсно актуальні теми, взяті з сучасних джерел. Здебільшого, це країнознавчі теми; кожен користувач зможе почерпнути з цих матеріалів щось цікаве і нове для себе. Кожен з шести розділів, за якими логічно розподілені теми, оформлені привабливими фоновими ілюстраціями, які можна відключити.

Тексти тем можна читати з монітора, роздрукувати на принтері та прослухати озвучену професійними дикторами версію. Залучення різних дикторів дозволить студенту ознайомитися з різними звучаннями і типами вимови німецьких слів. Складні слова і фрази виділені жирним шрифтом. Щоб перекласти якесь незнайоме слово досить навести на нього курсор миші.

Після прочитання і прослуховування тексту користувач може перевірити і поліпшити свою вимову. Для цього він може начитати текст теми за допомогою мікрофона, а потім прослухати результат і порівняти його з оригінальною версією. Ця методика допомагає знайти помилки у вимові, наголосах і інтонації. Крім цього, мультимедійний посібник дозволяє запис власної вимови. Для цього увімкніть режим переказу. Текст зникне і почнеться запис. Студент переказує текст і може зіставити свій результат з текстом оригінальної вимови.

Крім опцій прослуховування та запису, кожна тема супроводжується комплексом практичних завдань для контролю і закріплення пройденого матеріалу. Першою вправою є переклад уривків теми з російської на німецьку мову. Після виконання завдання проводиться перевірка результатів, яка виявляє допущені помилки. Це завдання націлене на знання граматичних основ німецької мови. За підсумками виконання програма проставляє відмітку за п'ятибалльною системою.

Другою вправою на перевірку засвоєння матеріалу є кросворд, який орієнтований на лексичний рівень знань. Кожна тема супроводжена декількома кросвордами, відповідями на питання яких є німецькі слова з пройденої теми. Кросворди розширяють словниковий запас і розвивають правопис.

Студент завжди може відстежити власну успішність за допомогою електронного журналу, куди заноситься вся інформація про пройдені теми і виконані уроки. Додаткові інтерактивні можливості, виражені в комплексі практичних вправ, істотно розширяють функціонал програми. Мультимедіа-підручник «Diamond Deutsch: 85 усих тем з німецької мови» допомагає не тільки успішно вивчити зміст поширених німецьких тем — посібник тренує правопис і покращує знання лексики. Програма однаково хороша для самостійного використання і для застосування викладачем на занятті.

Без сумніву, наведені вище програми не можуть замінити повноцінний курс іноземної мови. В той же час такі навчальні курси допоможуть студентам закріпити знання з граматики, поповнити активний та і пасивний словниковий запас, потренувати правильну вимову та артикуляцію, покращити навички роботи з текстом та майстерності перекладу.

Перспективними напрямами подальших наукових досліджень є пристосування мультимедійних програм до різних напрямів підготовки майбутніх фахівців, зокрема нефілологічних спеціальностей, а також розробка програм такого типу власне для українського студента (переклад іноземних слів, текстів та розробка вправ на переклад саме українською мовою).

Література

1. Азимов Э. Г. Материалы Интернета на уроках английского языка [Текст] // Иностранные языки в школе 2001 № 1. — С. 25–27.
2. Архипенко Л., Шабурда О. Інтерактивні технології навчання майбутніх фахівців [Текст] / О. Шабурда, Л. Архипенко // Перспективні інновації у підготовці педагогічних та інженерних кадрів: теорія, методологія, досвід : зб. наук. праць. — Херсон : вид-во ХДУ, 2010.
3. Вікторова Л. Застосування мультимедійних технологій у процесі вивчення румунської мови майбутніми офіцерами [Текст] / Л. Вікторова // Друга іноземна мова в європейській системі освіти: матеріали II Міжнародної нак.-практ. конф. «Сучасні тенденції викладання другої іноземної мови в школах і вищих навчальних закладах» (18 листопада 2011 року, м. Горлівка) / відп. ред. С. П. Грушко. — Горлівка : вид-во ГДППМ, 2011. — С. 20–23.
4. Вікторова Л. Лінгводидактичне конструювання навчального матеріалу як умова ефективного вивчення курсантами кількох іноземних мов (румунської та французької) [Текст] / Л. Вікторова // Науковий вісник Національної академії СБ України. — 2011. — № 39. — С. 215–223.
5. Гончаров М., Панков А. Интернет в вопросах и ответах [Текст] / М. Гончаров // Библиотека. — 1998, № 1 ; 3. — С. 25–30.
6. Клейман Г. Б. Школы будущего: компьютеры в процессе обучения [Текст] / Г. Б. Клейман. — М. : Радиосвязь, 1987. — С. 276.
7. Коптюг Н. М. Интернет-уроки как вспомогательный материал для учителя английского языка [Текст] // Иностр. Яз. В школе. — 2000, № 4.
8. Полилова Т. А., Пономарева В. В. Внедрение компьютерных технологий в преподавание иностранных языков [Текст] // ИЯШ. — 1997. — № 6. — С. 45–52.
9. Туман В. Використання мультимедії у вивченні іноземної мови [Електронний ресурс] / Вікторія Туман. — Режим доступу : http://teacher.at.ua/publ/innovacijni_tekhnologiji_navchannja/vikoristannja_multimediji_u_vivchenni_inozemnoji_movi/63-1-0-9137.
10. Bates T. (1995). Technology, Open Learning, and Distance Education. — London : Routledge. — 266 p.
11. Cha Haekyung. Korean Elementary ESOL Students' English Language Anxiety and Defense Mechanism in the ESOL and Mainstream Classes: Theoretical and Pedagogical Implications for TESOL (2006) : diss. Doctor of Philosophy / Cha Haekyung. Electronic Theses, Treatises and Dissertations. Paper 3963. The Florida State University, 2006. — 194 p. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://diginole.lib.fsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2079&context=etd>.

*Швец Г. В.***МУЛЬТИМЕДІЙНІ ПРОГРАММЫ КАК ЕФФЕКТИВНОЕ
СРЕДСТВО ПРЕПОДАВАННЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ
СТУДЕНТАМ НЕФИЛОЛОГІЧЕСКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

В статье показано, какую роль играют компьютерные программы при преподавании иностранных языков студентам нефилологических специальностей. Автор раскрывает основные функции, задачи и возможности компьютерных программ для изучения иностранных языков студентами нефилологических специальностей. Проанализированы программы, которые используются для изучения иностранных языков (английский, немецкий, французский).

Ключевые слова: компьютерная программа; мультимедийная программа; иностранный язык; Интернет-технологии; нефилологические специальности.

*Shvets H. V.***MULTIMEDIA PROGRAMS AS EFFECTIVE MEANS OF FOREIGN
LANGUAGES TEACHING TO THE STUDENTS OF THE NON
PHILOLOGICAL SPECIALTIES**

This article describes the role played by computer programs in teaching foreign languages to the students of non-philological specialties. The author reveals the basic functions, tasks and possibilities of computer programs to study foreign languages by the students of non-philological specialties. The programs used for learning foreign languages (English, German, French) are analyzed.

Key words: computer program; multimedia software; foreign language; Internet technologies; non-philological specialties.

УДК 94.37.091(477.83/.86)

Бегей Оксана Ігорівна, к. і. н., доцент,
Ткачишин Марія Ярославівна, студентка,
Львівський інститут економіки і туризму

ВПЛИВ РЕКЛАМИ НА СПОСІБ ЖИТТЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

Розглядається є значення реклами як чинника впливу на вибір особистістю способу життя, формування та зміни ціннісних орієнтацій. Аналізуються різноманітні аспекти маніпуляційного впливу реклами на поведінку сучасної людини.

Ключові слова: реклама, спосіб життя, споживання, суспільство.

Неможливо уявити собі сучасний світ без реклами, котра стала частиною повсякденної культури. Реклама є різновидом та відгалуженням масових комунікацій, що в тій чи іншій мірі торкаються усіх верств суспільства, впливаючи на важливі соціальні параметри умов та способу життя сучасної людини. Реклама входить у життя людини-споживача, відображає та, водночас, формує масову культуру та свідомість. У зв'язку з цим вона часом порівнюється з такими суспільними та державними інститутами, як церква, школа і навіть називається «п'ятою владою».

На сьогоднішній день актуальність досліджень реклами не викликає сумнівів, адже вона в значній мірі визначає стиль життя сучасної людини. Як явище сучасного комунікативного простору реклама становить цікавий і недостатньо вивчений об'єкт дослідження. У сучасних наукових працях присвячених реклами здебільшого переважають її маркетингові та психологічні аспекти, зокрема, грунтовно досліджені методи психологічного впливу реклами на свідомість та підсвідомість потенційного споживача. З-поміж них, насамперед, варто назвати праці Ж. Бодрійара [2], І. Пендікової та Л. Ракітіної [3], А. Романова [4]. Грунтовнішого вивчення потребує вивчення соціальних аспектів рекламної діяльності. Серед здійснених у цьому напрямку досліджень варто назвати праці Н. Балук [1], Н. Фурманкевич [6]. Проводилося також анкетне опитування (грудень 2015 р., 16 осіб, вікова категорія: молодь віком 18–21 р.) щодо ставлення молоді до різних аспектів реклами. Метою статті є дослідження впливу реклами на спосіб життя сучасної людини. Завданнями статті є дослідження реклами як чинника впливу на поведінку і вибір особистістю способу життя, формування та зміни ціннісних орієнтацій людини, вивчення негативних аспектів впливу реклами на поведінку сучасної людини.

Реклама — спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку. Вона з'являється там, де є обмін товарами, конкуренція, а кожен товаро-виробник бореться за свого покупця.

Реклама виникла задовго до появи розвинених ринкових відносин. Передумовою появи окремих елементів рекламної діяльності було те, що «*homo sapiens*», самостверджучись в складному світі, захотіла позначити своє місце в соціальній ієрархії, тим чи іншим способом заявити не лише про своє існування, але й про свої здібності та вміння [4, с. 32]. До перших проявів реклами належали бойові шрами чоловіків, прикрашання обличчя жінок, різноманітні татуювання, окрім елементів одягу. У місцях обміну товарами, їх продажу виникла усна реклама, доходячи до споживачів через усне слово, і не випадково для наступних поколінь її головне значення виражалося формою латинського дієслова «*reclamare*» — кличу, викрикую знову [4, с. 35].

Упродовж століть реклама змінювалася разом з людиною. З початку XVII ст. значно розвивається реклама у пресі, зокрема, в Англії другої пол. XVII ст. розгорнулася і тривалий час продовжувалася широка рекламна кампанія, що закликала людей пересе-

лятися у США. У зв'язку з цим дослідники американської історії підкреслюють, що Сполучені Штати ніколи не змогли б так швидко перетворитися у самостійну сильну державу, якби не було такої могутньої рекламної кампанії «заманювання» підприємливих людей в Новий Світ [4, с. 43].

Сучасне суспільство споживання не може нормально функціонувати без реклами яка є важливим рушієм його економічного розвитку. Вона є важливою індустріальною складовою економіки розвинутих країн, сфера підприємництва, прибутки від якої, за деякими оцінками, поступаються лише кримінальним — від торгівлі зброєю, наркотиками і т. п. Рекламна галузь, об'єднуючи мільйони безпосередньо зайнятих рекламою діяльністю працівників, забезпечує зайнятість ще більшої кількості людей, праця котрих частково чи повністю залежить від реклами. Сьогодні вона забезпечує 75 % прибутків газет та журналів і практично 100 % телебачення [4, с. 19]. Серед видів реклами найшвидшими темпами зростає інтернет реклама. Зокрема спостерігається стрімке зростання реклами в соцмережах (+ 30 % на рік) за допомогою онлайн-відео, банерної реклами, що дозволяє ефективне втручання у цільову аудиторію в реальному часі. Фахівці прогнозують зростання мобільної реклами — реклами, яку споживач одержує через мобільні пристрої такі як смартфони та планшети. За подальшими прогнозами телебачення надалі буде мати найбільшу частку від усієї реклами на ринку. Водночас, прогнозують скорочення цієї частки [5].

Очевидно, що ніколи раніше реклама не мала такого величого соціокультурного впливу на суспільство, як в останній декілька десятиліть. Одним із її важливих завдань є приєднання людей до суспільної системи, підтримка status quo у соціумі. Як підкреслив Ж. Бодріяр, справжній імператив реклами — це «Дивіться: ціле суспільство зайняте тим, що пристосовується до вас і до ваших бажань. Отже, і для вас було б розумно інтегруватися в це суспільство» [2, с. 189].

Завданням реклами є управляти споживанням, а це загрожує тоталітарним поневоленням людини і її потреб. Сучасний споживач приймає за нормальне «той безмежний примус, якому він підлягає, — обов'язок купувати, щоб суспільство продовжувало виробляти, а сам він міг працювати дальше, щоб було чим заплатити за вже куплене» [2, с. 174].

З розвитком індустріального суспільства відбувається перевиробництво товарів, зміщення споживання від задоволення базових потреб в сторону вищих. У речі тепер вкладається додатковий символічний сенс. Споживаючи, людина намагається повідомити таким способом певну інформацію про себе. Як зазначив соціолог З. Бауман, споживання сьогодні надає кожному індивіду статус індивідуальності: «Саме споживацька позиція перетворює моє життя в мою індивідуальну справу, саме споживацька активність робить з мене індивіда. Здається, що з допомогою грунтовно підібраних куплених товарів я можу зробити з себе все, що забажаю» [3, с. 216].

Безпосередньо пов'язана з інтересами аудиторії, реклама здатна здійснювати на неї величезний вплив, змінювати культурні, моральні підвалини. Мова реклами сприймається як нормативна, зразкова, літературна, яку хочеться наслідувати, хоча такою вона не завжди є. Серед населення побутує думка, що реклама не впливає ні на вибір товару, ні на спосіб життя людей, однак соціологічні дослідження засвідчили, що:

- реальний образ насправді має притягальну силу, його хочеться наслідувати;
- рекламна інформація видається правдивою;
- фірма, яка витрачає гроші на якісну рекламу, здається більш відомою, солідною, багатою і гідною довіри [6, с. 17].

На сучасному етапі рекламні агенції взяли на озброєння два основні стратегічні принципи модифікації поведінки людей і маніпулювання їхньою свідомістю:

1. Перш ніж примусити споживача придбати той чи інший товар, необхідно розпалити в нього тривалі споживчі пристрасті, оскільки одноразовий ефект не дасть бажаної економічної вигоди.

2. Щоб реклама не залишалася поза увагою споживача, необхідно закинути для нього психологічну принаду — привабливі образи бажаних ним предметів і ситуацій. Робиться це свідомо, і цілеспрямовано, щоб збудити в людини хтивість, примхи, легкодумство, за яких вона стає легкою здобиччю для товаровиробника. Ідеологічне підґрунтя для цього створюється наступними способами:

- підігруванням людським слабостям;
- культивування і підігрівання споживчому максималізмові («Бери від життя все!», «Поспішай жити!»);
- формування установки на сьогоднішність, на сьогоднішній день («Тільки сьогодні і зараз!», «Все й одразу!»);
- установка на конкурентну активність у боротьбі за споживання товару (за принципом: якщо не ти, то хтось інший, тож поспішай, чи пропустиш все найцікавіше);
- створення ефекту «бліої ворони», непрямий закид до сумління («Цей фільм змінив життя мільйонів», «На їхні концерти приходять мільйони, а тепер вони приїжджають в Україну»);
- свідоме виголошування конформістських гасел-пасток «Молодь обирає "Pepsi"», «Залишайся з нами» [6, с. 56].

Процес споживання дозволяє людині переходити з однієї соціальної позиції на іншу. Рекламні пропозиції пропонують нові образи перетворення себе. Як приклад Д. Тодд наводить звернення жіночого журналу «Гlamур» у 1985 р.: «Якщо ви дасте мені всього декілька хвилин свого часу зараз, я широко вірю, що я можу допомогти вам змінити що хочете... Почніть велике перетворення себе». Подібний підхід, зазначає дослідник, існує у відомій казці «Попелюшка», де герояня зазнає перетворення завдяки добрій хресній і знаходить принца. Різниця постмодерну полягає у тому, що не є необхідним мати магічну допомогу щоб досягти цілі — просто купівля певних продуктів допоможе цього досягти [7].

Очевидно, що часто реклама змушує людину купувати речі, які їй насправді не потрібні. Американо-німецький соціолог та філософ Г. Маркузе стверджував, що реклама формує «несправжні», репресивні потреби — ті, які нав'язуються індивіду у процесі його придушення. Їхнє задоволення може приносити значне задоволення індивіду, але це не те щастя, яке слід оберігати і захищати, оскільки воно сковує розвиток здатності розпізнавати недугу цілого і знаходити шляхи до її лікування. Порожні, нещасні споживачі не мають вибору тільки надалі споживати більше продуктів з надією знайти це щастя [7].

Серед методів маніпуляції можна назвати загальнопоширені в рекламі посилення на авторитет, котрі ґрунтуються на довірі громадян до певних авторитетних фігур, так званих лідерів громадської думки (популярних співаків та акторів, спортсменів). Основна причина успіху такої реклами полягає у тому, що споживачі ідентифікують себе з зірками — їхньою красою, багатством або іншими якостями.

Витяг з проведеного опитування: Чи впливає на Ваш вибір використання у рекламі загальновідомих персонажів і акторів? При опитуванні було визначено, що на вибір 25 % респондентів впливає використання загальновідомих персонажів і акторів. Водночас, можна припустити, що не всі опитувані повністю усвідомлюють цей вплив.

Соціологічні опитування підтверджують, що реклама швидко спричиняє відчуття перенасичення, неприйняття, недовіри. Рекламні звернення зумовлюють часто психологічний опір. Як вважає Ж. Бодріяр, споживач, якщо й не набув імунітет до реклами, то в будь-якому випадку досить вільний у відношенні до неї [2, с. 179].

Витяг з проведеного соціологічного опитування: Вкажіть своє ставлення до різних видів реклами:



Таким чином, при опитуванні респондентів найменш сприятливою рекламою респонденти визначено рекламу перед переглядом відео (94 %), довготривалу телевізійну рекламу (75 %) та рекламу на сайтах (56 %).

Одним з найважливіших напрямів рекламної індустрії є політична реклама, що використовується для спонукання людей голосувати, робити свій вибір. Досвід останніх передвиборчих кампаній показує, що лише близько 20 % населення твердо впевнене в своїх політичних уподобаннях, у той час як решта готові прийняти ту чи іншу позицію під впливом чітко побудованої політичної реклами. Існуюча в країні жорстка конкуренція за місце на політичному олімпі продемонструвала продовження прийнятої більшістю політичних партій практики використання в рекламі звернень з негативним підтекстом і технологіями маніпулювання. Рекламні кампанії більшості політичних партій продовжують традиції попередніх років і характеризуються незмінними тенденціями. До них відносяться такі технології психологічного і раціонального маніпулювання свідомістю виборців як перекручування змісту політичної полеміки, фокусування на обмеженому колі проблем, нагнітання суспільного страху з доведенням звернень до т. зв. ефекту «апокаліпсису», перемикання уваги з дійсно реальних загроз на політизацію «потрібних» певній партії тем, відсутність практичних шляхів вирішення проблем, надання завідомо неправдивих даних. При цьому в зверненнях окремі політичні партії пропагують одні цінності, а концепцію і використаними рекламними символами свідчать про наявність інших пріоритетів [1, с. 18]. Можна погодитися з Н. Балук, що беручи до уваги те, що політична рекламна кампанія здатна змінювати майбутнє всієї країни слід обмежити обсяги платної політичної реклами, оскільки вона формує залежність політичних партій від спонсорів та їх коштів, порушує принцип рівності усіх кандидатів [1, с. 19].

Постає питання активізації соціальної реклами, котра покликана просувати високу мораль, духовні та естетичні принципи, підтримувати здоровий спосіб життя, утверджувати гармонію у людських та сімейних стосунках. У всьому світі соціальна реклама продовжує набирати обертів. Проста, зрозуміла і переконлива соціальна реклама працює, коли

все інше продовжує бути усього лише гаслами. З-поміж найбільш популярних її тем можна назвати домашнє насилиство, безпека на дорогах, брак чистої води, анорексія і цензура. У нашому опитуванні на запитання «Якою Ви бачите соціальну рекламу?» на думку майже половини респондентів повинна бути тихою, але незабутньою (44 %), дещо меншої популярності у способі поширення набуває іронічна, добра реклама (37 %). Найменш популярним вираженням реклами вважається похмуря, повчальна і безнадійна соціалка.

При опитуванні ми запитали респондентів чи погоджуються вони з думкою: «Рекламуючи товар, продавці можуть поширювати інформацію про проблеми світу чи певного регіону, а отже і спонукати людей боротися з цим» і навели приклад ресторану Chipotle Mexican Grill, що намагається використовувати для приготування своїх страв тільки органічні інгредієнти і продукти, вирощені без допомоги будь-яких добавок. 62 % опитаних погодились лише частково, 25 % цілком погодились, 13 % не вважають таку рекламу як спосіб повідомлення людей про наявність проблеми і потреб боротьби з нею.

Таким чином, реклама значною мірою впливає споживчу поведінку сучасної людини. Досить часто її вплив має на меті психологічний тиск на аудиторію, маніпулювання, внаслідок чого формується певна індивідуальна й суспільна думка, поведінка людей, їхні принципи, мотиви, інтереси, потреби. На нашу думку, варто проводити більше досліджень, які дозволяють глибше розкрити соціокультурне значення реклами, її позитивні (наприклад, можливості та результати соціальної реклами) та негативні сторони.

Література

1. Балук Н. Р. Технології маніпулювання в політичній рекламі в контексті соціально-етичних норм суспільства [Текст] // Реклама: інтеграція теорії та практики: тези доп. VIII Міжнародної наук.-практ. конф., (Київ, 21 листопада 2014 р.) К. / відп. ред. С. В. Ромат. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — С.18–19.
2. Бодрийяр Ж. Система вещей [Текст] : науч. из. / Пер. с фр. и сопроводит. ст. С. Зенкина. — М. : Рудомино, 1999; 2001. — 222 с.
3. Пендикова И. Г., Ракитина Л. С. Архетип и символ в рекламе [Текст] : учеб. пособие. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 303 с. — (Серия «Азбука рекламы»).
4. Романов А. А. Реклама: между социумом и маркетингом [Текст] : моногр. — М. : Маркет ДС, 2002. — 300 с. — (Академическая серия).
5. Український рекламний ринок у 2014 році впаде на 32,5 % в доларах, російський зросте на 1,75 замість 6,9% — ZenithOptimedia [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/rinok/2014-09-22/98357>.
6. Фурманкевич Н. М. Рекламний дискурс в електронних мас-медіа: соціолінгвістичні особливості, форми творення в Інтернеті [Текст] : моногре / Н. М. Фурманкевич. — Тернопіль : Підручники і посібники, 2013. — 174 с.
7. Danielle Todd. You Are What You Buy: Postmodern Consumerism and the Construction of Self [Електронний ресурс] : University of Hawai'i at Hilo Hawai'i Community College, HOHONU 2012, Vol. 10. — Режим доступу : <http://hilo.hawaii.edu/academics/hohonu/documents/vol10x12youarewhatyoubuy-postmoderncustomerismandtheconstructionofself.pdf>.

Бегей О. И., Ткачукин М. Я.

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ОБРАЗ ЖИЗНИ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

Рассматривается значение рекламы как фактора влияния на выбор личностью образа жизни, формирования и изменения ценностных ориентаций. Анализируются различные аспекты манипуляционного воздействия рекламы на поведение современного человека.

Ключевые слова: реклама, образ жизни, потребление, общество.

Behei O. I., Tkachyshyn M. Ya.

**THE IMPACT OF ADVERTISING ON THE LIFESTYLE
OF MODERN MAN**

The importance of advertising as a factor of influence on individual lifestyle choices, forming and changing values is considered. Various aspects of manipulation impact of advertising on the behavior of modern man are analyzed.

Key words: advertising, lifestyle, consumption, society.

Розділ 10.
ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ

Цимбала О. С.

**У ЛЬВІВСЬКОМУ ІНСТИТУТІ ЕКОНОМІКИ
І ТУРИЗМУ ОБГОВОРИЛИ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОТУРИЗМУ**

25 лютого 2016 р. на базі Львівського інституту економіки і туризму відбулась IV Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених і студентів «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи». Співорганізаторами заходу були Департамент міжнародного співробітництва та туризму ЛОДА, Управління туризму ЛМР, Львівська асоціація розвитку туризму, Музей народної архітектури та побуту у Львові «Шевченківський гай».

Засідання відкрив ректор Львівського інституту економіки і туризму, д. е. н. професор Ігор Омелянович Бочан. У вступному слові наголосив на багатстві етнічних ресурсів в Україні та аргументував актуальність розвитку етнотуризму у нашій державі. Впродовж пленарного та секційного засідань досвідчені науковці та молоді вчені зі всієї України обговорили різні підходи до трактування поняття «етнотуризм» у сучасній науковій літературі; показали роль і місце етнічного туризму на ринку туристичних послуг України; продемонстрували актуальність розвитку етнічного туризму та необхідність популяризації етнічних ресурсів України в контексті національно-патріотичного виховання молоді, самоідентифікації суспільства в цілому; визначили основні проблеми і перспективи цього виду туризму в умовах світової глобалізації.

У роботі конференції взяли участь молоді вчені, аспіранти, студенти та науковці з різних регіонів України: Київ, Харків, Полтава, Чернігів, Кременчук, Дніпропетровськ, Сєверодонецьк, Одеса, Чернівці, Івано-Франківськ, Мукачево, Рівне, Луцьк, Жовква, а також представники органів влади, культурних та громадських організацій міста Львова.

Заслухавши та обговоривши доповіді, учасники конференції констатували: Україна має великий потенціал для розвитку етнічного туризму, насамперед, завдяки своїм самобутнім традиціям, неповторній національній кухні, гостинності українців, наявності етнотуристичних ресурсів національної та світової спадщини.

Розвиток етнічного туризму є важливим для політичного та соціально-культурного та економічного розвитку держави, а також сприяє вирішенню соціально-економічних проблем регіону, створює сприятливе макросередовище, що проявляється в розширенні зайнятості населення у сфері послуговування, формуванні додаткового заробітку, стимулюванні розвитку інфраструктури, зокрема, транспортних комунікацій, зв'язку, мережі торгівлі, засобів розміщення, закладів харчування, відпочинково-розважальних комплексів. Надзвичайно актуальну на сьогоднішній день є потреба поглибленаого вивчення етнічного туризму студентами, які навчаються на спеціальності «Туризм» з метою формування професійних якостей майбутніх представників вітчизняного туристичного бізнесу як свідомих громадян, які знають, поважають і популяризують українські

традиції, духовні цінності, володіють відповідними знаннями, вміннями та навичками для їх застосування при розробці туристичних продуктів.

Таким чином, етнотуризм має бути пріоритетним напрямком у складі державних цільових програм розвитку економіки.

Враховуючи результати пленарного і секційного засідань, а також представлених матеріалів за тематикою конференції були прийняті рекомендації і пропозиції щодо перспектив розвитку індустрії етнічного туризму в Україні.

Логічним завершенням програми конференції стала екскурсія до музею народної архітектури та побуту у Львові «Шевченківський гай».

Оргкомітет конференції висловлює щиру подяку адміністрації Львівського інституту економіки і туризму, співорганізаторам за допомогу в організації заходу, а учасникам — за змістовні доповіді, жваві обговорення та інтерес до етнічного туризму.

Паньків Н. Є.

ПІДСУМКОВА СТУДЕНТСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ ІІ ЕТАПУ КОНКУРСУ СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ РОБІТ З НАПРЯМУ «ТУРИЗМ»

18 березня 2016 року у Львівському інституті економіки і туризму на факультеті туризму, готельної та ресторанної справи відбулася підсумкова студентська науково-практична конференція ІІ етапу Конкурсу студентських наукових робіт з напрямом «Туризм». З метою активізації наукової роботи студентів як найважливішого фактору формування фахівців нового типу, створення у закладах вищої освіти системи широкого залучення студентів до участі у наукових програмах та інших формах науково-дослідної діяльності.

Конкурс організовано згідно з Наказом Міністерства освіти і науки України № 1193 від 21 жовтня 2014 року «Про проведення Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук у 2014–2017 н. р.», за яким Львівський інститут економіки і визначений базовим закладом вищої освіти з проведення Конкурсу, Наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України № 202 від 21 лютого 2012 року «Про затвердження Положення про проведення Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з природничих, технічних та гуманітарних наук», та Наказом Львівського інституту економіки і туризму № 775 від 5 листопада 2015 р.

На Конкурс було представлено 85 студентських наукових робіт, що надійшли з 42 закладів вищої освіти. Представлені на конкурс роботи були згруповані відповідно до спеціалізацій спеціальності «Туризмознавство (за видами)» галузевого стандарту вищої освіти за напрямом «Туризм» по наступних тематичних напрямках:

- туристична діяльність, представлена роботами з проблем ефективного управління якістю обслуговування, конкурентоспроможністю, господарською діяльністю туристичних підприємств; управління ресурсним потенціалом туристичних підприємств, розроблення стратегії та організаційно-економічного механізму активізації розвитку туристичних підприємств;
- туризм і рекреація, представлена роботами щодо ресурсного потенціалу туристських дестинацій України, розвитку різних видів туризму, організації рекреаційних послуг;
- туризм і дозвілля, представлена роботами щодо організації дозвілля туристів в межах туристичних програм та у підприємствах туристичної інфраструктури.

Всі представлені роботи носили науковий характер, охоплювали широкий спектр теоретичних і практичних питань обраної тематики.

Рішенням галузевої конкурсної комісії до участі у підсумковій науково-практичній конференції були запрошені 21 студент зі ЗВО більшості регіонів України. На підставі відкритого обговорення наукових робіт та наукових доповідей учасників науково-практичної конференції, галузева конкурсна комісія визнала претендентами на нагородження:

Диплом I ступеня:

Опейда Артур Розробка та впровадження сучасних інноваційно-інформаційних технологій в туристичній діяльності (на прикладі проекту «Віртуальний Луцьк»), (Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки);

Пилипець Олександра Транспортна доступність до історико-культурних об'єктів як чинник розвитку екскурсійного туризму (на прикладі міста Чернівці), (Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ);

Савчук Андрій Оцінювання та прогнозування економічних результатів туристичної діяльності в Україні, (Національний університет «Львівська Політехніка»);

Туник Олександр Е-туризм: відкриті двері в туристичний простір, (Київський національний торговельно-економічний університет).

Диплом II ступеня:

Баран Ольга Система клієнтоорієнтованого сервісу в закладі ресторанного господарства, (Тернопільський національний економічний університет);

Будник Уляна Сакральні пам'ятки Опілля як засіб розвитку носталгічного туризму в регіоні, (ДВНЗ «Прикарпатський національний універ. ім. Василя Стефаника»);

Василіцька Олена Стратегічні напрями впровадження інновацій на туристичному ринку міста Львова, (Львівський національний університет імені І.Франка);

Маяк Діана Аналіз ринку туристичних послуг у м. Львові та основні шляхи його розвитку, (Львівський національний аграрний університет);

Мука Андрій Туристично-рекреаційний потенціал замкових комплексів Закарпатської області, (Львівський інститут економіки і туризму);

Руминська Зоряна Проектування екологічно-туристичних маршрутів на території природоохоронних об'єктів із застосуванням геоінформаційних систем (на прикладі НПП «Сколівські Бескиди»), (Львівський державний університет фізичної культури).

Диплом III ступеня:

Бойко Юлія Сільський туризм як важлива складова туристичної індустрії Львівщини: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку, (Львівський інститут економіки і туризму);

Ворчук Ксенія Атракції як об'єкти туристських дестинацій, (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького);

Глухота Віталій Класифікація та геопросторова організація подієвого туризму в Європі, (Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г.Короленка);

Литвиненко Аліна Удосконалення технології управління підприємствами туристично-рекреаційної сфери, (Київський національний університет технологій та дизайну);

Моісеєва Анастасія Зелений туризм як перспективний напрям розвитку туризму в Україні, (Запорізький національний університет);

Пасинок Аліна Інноваційний туристичний продукт у сфері MICE-туризму, (Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ);

Полуян Марина Управління організаційним розвитком санаторно-курортних підприємств Харківського регіону, (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова);

Соценко Вікторія Спортивно-подієвий туризм як перспективний напрям розвитку туристських послуг в регіоні, (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова);

Філь Тетяна Паркові території як перспективні атракційні об'єкти Дніпропетровської області, (Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара);

Шевченко Інна Містичний туризм як перспективний напрям рекреаційної діяльності, (Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького);

Штоколов Кирило, Дъомшин Михайло Впровадження інноваційно-інформаційних технологій в розвиток туристичної галузі, (Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця).

Вітаємо переможців!

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
«СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ХХІ СТОЛІТТІ
У КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ»

Ми вступили у ХХІ століття з величезним багажем проблем планетарного масштабу, включаючи, і наявну світову кризу. Сьогодні неможливо протиставляти економіку та духовно-моральну сферу життя суспільства і людини. Успішний пошук шляхів сталого розвитку осяжному майбутньому неможливий без розуміння єдності людини та середовища, що її оточує.

Настав час ідей та дій, які мають виходити із цілісної концепції світорозуміння і відповідальності перед майбутніми поколіннями. Термін «сталий розвиток» в перекладі з англійської «sustainable development» означає «ожиттєздатний, раціональний розвиток». Його суть містить виклики щодо захисту довкілля, соціальної справедливості, боротьби з расовою і національною дискримінацією. Це такий розвиток суспільства, за якого задоволення потреб у природних ресурсах теперішнього покоління немає ставити під загрозу можливості майбутніх поколінь, передбачає узгодження екологічних, економічних і соціальних потреб [1].

У важливих міжнародних документах останнього десятиліття, присвячених екологічним проблемам, (зокрема, Підсумковий документ Конференції ООН зі сталого розвитку «Майбутнє, якого ми хочемо» («Rio+20», 2012); Добровільні зобов'язання України на саміті «Rio+20» щодо екологізації освіти (Greening of Education: Ukraine's Contribution) значну увагу приділено екологічній культурі, екологічній обізнаності, ознайомленню населення з концептуальними підходами зі збереженням біогалузі й цивілізації. Усе більш актуальною стає екологізація науки, екологізація технологій усіх сфер діяльності, зокрема екологізація туризму й туристичної освіти.

У ХХІ столітті екологічна грамотність, екологізація мислення працівників туристичної галузі стає важливим чинником поширення ідей сталого розвитку серед широких верств населення, а, отже, забезпечення конкурентоспроможності туристичної індустрії України на світовому ринку [2].

Питання стратегії розвитку туризму обговорювали на Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку», яка відбулась 31 березня 2016 року на базі Львівського інституту економіки і туризму.

Співорганізаторами були: Львівська облдержадміністрація; Львівська міська рада; Львівська асоціація розвитку туризму; Вища державна технічно-економічна школа ім. Броніслава Маркевіча, Республіка Польща; Вища школа туризму і екології в Сухій Бескидській, Республіка Польща; Університет імені Міколоса Ромеріса, Литва; Ілля державний університет, Грузія; Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія); Університет Південної Богемії, Чехія.

Мета конференції — обговорення теоретичних та прикладних проблем розвитку туризму у ХХІ столітті з погляду стратегії сталого розвитку, зокрема висвітлення суті викликів щодо захисту довкілля та соціальної справедливості. У роботі конференції взяли участь науковці, молоді вчені, аспіранти та студенти з різних міст України (Київ, Івано-Франківськ, Луцьк, Львів, Тернопіль, смт. Івано-Франкове, Яремче, Косів), представники влади та громадських організацій міста Львова, а також науковці з Грузії, Білорусії, Литви та Польщі, Чехії.

Програма включала пленарне і два секційні засідання, на яких було представлено доповіді, що стосувалися ролі туризму для економіки країни, особливостей туристичної

інфраструктури, проблем управління у сфері туризму, раціонального використання ресурсного потенціалу, його збереження, питання конкурентоспроможності туристичного бізнесу у рамках реалізації стратегії сталого розвитку, інноваційних засад туристичної індустрії як у питаннях туристичних продуктів, так і методики надання послуг, їх просування на ринку, аналізу діяльності туристичного підприємства, розглянуто проблематику якісної підготовки майбутнього фахівця сфери туризму, особливості екологізації освітньої діяльності, логістичні аспекти ефективної організації надання туристичних послуг, екологічні аспекти як загалом, так і на прикладі суб'єктів туристичної підприємницької діяльності.

Учасники конференції перш за все через науковий підхід апелювали до численних проблем, перспектив сфери туризму. На їх думку, туристичний бізнес є не лише важливим для економіки України, а й надає ту платформу для реалізації ресурсних можливостей територій, людського прагнення до реалізації підприємницьких прагнень, формування дбайливого підходу до існуючих благ та дарів природи.

На підставі представлених доповідей та матеріалів учасниками конференції прийнято низку рекомендацій щодо формування стратегічних орієнтирів розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку. Зокрема, в ході обговорення учасники конференції постановили:

1. Визначити пріоритетні напрямки для застосування інформаційних технологій в туризмі, покращити моніторинг за рівнем міжнародної безпеки туризму, зокрема шляхом вироблення системи показників для здійснення таких розрахунків.

2. Органам державної та місцевої влади при розробці програмних документів з питань розвитку туризму в регіоні та державі враховувати сучасні тенденції розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку, зокрема Програму ООН.

3. Працівникам туристичних підприємств та підприємств сфери гостинності в процесі здійснення основної діяльності з метою мінімізації ризиків впроваджувати системний підхід до посилення безпеки організації туристичних подорожей, ефективного використання природних ресурсів.

4. Започаткувати практику проведення щорічної зустрічі у форматі круглого столу для працівників туристичного бізнесу, науковців та громадськості з питань сталого розвитку туризму на базі Львівського інституту економіки і туризму.

5. Закладам вищої освіти в галузі туризму та сфери послуг започаткувати формування програм підготовки фахівців на засадах екологізації освіти, при цьому Львівський інститут економіки і туризму розглядати як базу для формування відповідної спільноти.

6. Міністерству економічного розвитку і торгівлі, усім відповідальним відомствам зосередити увагу на управлінні ризиками у сфері туризму в умовах сталого розвитку.

7. Активніше висвітлювати в засобах масової інформації проблеми сталого розвитку та можливості туристичного бізнесу стати промоутером екологізації такої діяльності.

9. Науковій спільноті важливо брати активну участь у налагодженні продуктивних взаємовідносин між суспільством та природою, зокрема через науково-технічний прогрес, який буде результатом конкурентоспроможних прагнень, підкріплених екологічним зростанням, та у підсумку забезпечить сучасному та наступним поколінням розвиток світової економіки на засадах сталого розвитку.

10. У своїх наукових дослідженнях та на практиці науковій спільноті завдяки тісній співпраці із індустрією туризму, популяризувати екологічний туризм, що має всі шанси перетворитись на взірець переорганізації, екологізації всієї індустрії, адже сталий екологозрівноважений туризм є провідною управлінською стратегією розвитку туризму як в окремих регіонах, так і в Україні в цілому.

Учасники міжнародної конференції визнали, що туризм є рушійним двигуном економічного зростання та економічного розвитку як територій, регіонів держав, так і країни загалом. Розвиток туризму набуває активних обертів, зокрема це відображене у все більшій увазі до цього види економічної діяльності як з боку суспільства загалом, так і окремих його суб'єктів. Така підприємницька активність спонукає по-новому оцінювати усі його аспекти: економічні, соціальні, екологічні. Усі ці напрями потребують активного публічного обговорення, бажано у форматах жвавого науково-практичного дискусу, що вдалось реалізувати під час проведення міжнародної науково-практичної конференції, що відбулась у Львівському інституті економіки і туризму.

Література

1. Вступне слово Ректора до учасників Міжнародної науково-практичної конференції // Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку [Текст] : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 31 березня 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — С. 11.
2. Паньків Н. Є. Екологізація освіти як важливий чинник сталого розвитку // Стратегія розвитку туризму у ХХІ столітті у контексті сталого розвитку [Текст] : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 31 березня 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — С. 325–332.

ВІСНИК

**Львівського інституту
економіки і туризму**

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Літературний редактор: *Безручко Л. С.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин-Гриціна Т. М.*

Свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 12765-1649Р

Вісник Львівського інституту економіки та туризму входить
до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати
дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, галузь науки:
економічні (затверджено від 10.03.2010 р.)

Підписано до друку 14.06.16. Формат 70x100/16.
Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман».

Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 26,45.
Наклад 100. Замовлення № 14-06/16.

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8
Тел.: 8(032)255-45-47, 8(032)255-75-11,
тел./факс: 8(032)255-46-94,
e-mail: lebk@org.lviv.net
nviddil@i.ua

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»
79008, м. Львів, вул. Руська 16/3
Тел./факс. (032) 261-51-00