

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

**з дисципліни “ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ”**

**Тернопіль – ТНЕУ, 2013**

## ***Тема 1. Географія туризму як наука та навчальна дисципліна.***

1. Географія туризму як наука. Особливості вивчення географії туризму.
2. Об'єкт, предмет та зміст географії туризму.
3. Місце географії туризму в системі наук.
4. Зв'язки з іншими науками. Система географічних наук в туризмі.
5. Головні поняття і категорії в географії туризму.
6. Еволюція туризму в контексті географічної науки.

Туризм як соціально-економічне явище вивчають чимало наук: географія, історія, економіка, медицина, екологія, психологія та соціологія, політика, право, культурологія, краєзнавство, інженерно-технічні дисципліни. Кожна з названих дисциплін чимось доповнює сферу туризму, створюючи новий науковий напрям туризмознавства – туризмологію. У свою чергу кожна з цих дисциплін входить до певної системи наук: географічних; історичних; економічних; медичних; екологічних; соціальних; політичних; правових; культурологічних; краєзнавчих; інженерно-технічних. Підсумовуючи сказане, доходимо висновку, що вивчення туризму може відбуватися за галузевим принципом або проблемним науковим дослідженням. Саме проблемний принцип, за визначенням О. Любіцевої, професора Київського національного університету імені Тараса Шевченка, покладений у формування нового наукового напрямку туризмології, де комплексне дослідження туризму стає міждисциплінарним завданням.

Отже, туризмологія - це цілісна наукова дисципліна про закономірності розвитку та проблеми туризму, що виявляються на його стику з різними дисциплінами - географією, історією, медициною, економікою, екологією, психологією і соціологією, політологією, правом, культурологією, краєзнавством, інженерно-технічними дисциплінами, які вивчають науково-методичні засади розвитку туризму.

Одним з таких провідних напрямків в туризмології є географія туризму - галузь географічних знань про просторово-часові закономірності функціонування туризму як суспільного явища.

Просторові форми суспільних явищ і процесів досліджує суспільна географія. Вторинність туризму в потребах суспільства об'єктивно зумовлює його залежність від рівня соціально-економічного розвитку території, детермінована рівнем та стилем життя її населення. Залежність ця складна, обумовлена сукупною дією об'єктивних умов загального цивілізаційного поступу та умовами розвитку країн певного типу, яка ще більше збурюється дією характерних ознак, притаманних кожній конкретній території: топологічних (географічне положення, конфігурація, протяжність); природних (рельєф, клімат, ландшафтна сфера); хронологічних (історія заселення та освоєння території, історія розвитку державності та формування економіки); хорологічних (система розселення, економічний каркас території, форми територіальної організації суспільства, екологічний стан території).

Динамічність та масштабність туризму, його соціально-економічні наслідки є тим об'єктивним підґрунтям, на якому сформувалось соціальне замовлення на географічні дослідження туризму. Географія туризму на вітчизняних теренах формувалась протягом 60-80-х років ХХ ст. в складі рекреаційної географії як її розділ. Слід зазначити, що європейська школа географії туризму почала складатися ще в середині ХІХ ст. і напрямки географічних досліджень відбивають основні етапи розвитку туризму. Подорожі задля активного відпочинку (походи і прогулянки в горах, прогулянки на човнах, а згодом і велосипедні прогулянки) стимулювали перш за все комплексні дослідження фізико-географічних об'єктів (Альпи, Карпати) з метою визначення можливостей їх використання в туризмі. Саме виявленню природно-рекреаційних ресурсів і можливостям їх атракції в туризм присвячені роботи кінця ХІХ - початку ХХ ст. В першій половині ХХ ст. основна увага приділялась краєзнавчій діяльності, чим був зроблений значний внесок в розширення ресурсної бази туризму і стимулювався його комплексний розвиток. Друга половина ХХ ст. позначена значними темпами розвитку туризму, що обумовило стрімку розбудову туристичної індустрії, тому на перший план вийшли дослідження з питань територіальної організації і оптимізації рекреаційної діяльності.

Міждисциплінарний підхід покладений в основу туризмознавства - комплексної географічної дисципліни про територіальну організацію туризму. Зарубіжні дослідження рекреації і туризму на цьому етапі торкалися переважно економічних питань, в складі яких вирішувались і питання територіальної організації.

Географія туризму - це географічна наука, що вивчає територіальну організацію туристичного господарства, умови та особливості його розвитку в різних районах та країнах». Завданнями географії туризму визначались: оцінка рекреаційних ресурсів, економічне обґрунтування та пошук засобів їх ефективного використання; визначення передумов розвитку туризму; вивчення територіальної організації туристичного господарства; дослідження туристичних зв'язків; туристичне районування та моделювання територіальної організації; прогнозування розвитку туризму. Таким чином, предметне коло географії туризму торкалось передусім питань територіальної організації туристичного господарства, яке розглядається як «галузь народногосподарського комплексу, яка обслуговує туристів». Ця галузь сфери обслуговування є комплексною, спеціалізованою, розвивається на основі ефективного використання туристичних ресурсів, а найефективнішою формою територіальної організації туризму є ТРС. Таким чином, географія туризму в складі рекреаційної географії розглядала саме туристичне споживання, а основними формами територіального зосередження туристичного споживання вважались територіальні рекреаційні системи (ТРС), які формувались на основі певних ресурсів та їх сполучення як цільові керовані об'єкти з виконання відтворювальної функції. Рівень концентрації та комбінування рекреаційних ресурсів визначає масштаби ТРС (за ступенем привабливості і відповідного споживання) та їх

спеціалізацію. Основою територіальної організації туризму була пропозиція, яка формувалась відповідно до можливостей ефективного використання наявних рекреаційних ресурсів в межах ТРС різного рівня. Поняття про ТРС як структурну одиницю територіальної організації туризму, що є складовою рекреаційної діяльності, є основоположним в географії туризму. Саме на базі ТРС різного типу та рангу формується пропозиція і реалізується попит (мета подорожі). ТРС становлять ресурсну основу всіх форм рекреаційної діяльності, їх структура та організація, характер зв'язків та особливості функціонування в сучасних умовах дозволяють розглядати ТРС як ринки туристичних послуг різного масштабу, що формуються і діють на основі закону абсолютних переваг.

У світовій літературі не існує одностайного підходу щодо розуміння змісту туризму. Так, у найдоступнішій упродовж багатьох десятиріч науковій літературі туризм вважали видом рекреації, тобто субгалуззю. Цю чітко організовану рекреаційну систему дотепер продовжують використовувати на пострадянському просторі. Водночас українські туризмознавці все частіше розглядають туризм самостійною галуззю, а колишні субгалузі рекреації - санаторно-курортну справу та відпочинок - лікувальним і відпочинково-оздоровчим туризмом, або рекреаційним туризмом. Сама рекреація подана як функція туризму, дотична до відновлення фізичних і духовних сил, затрачених людиною в процесі трудової діяльності або під час виконання інших обов'язків. Рекреаційна функція туризму, пов'язана з оздоровленням людини, повинна бути пріоритетною, причому оздоровлення диференціюють на лікування та профілактику здоров'я. З останнім узгоджується більшість сучасних видів туризму. Отже, туризм варто розуміти як діяльність, що здійснюється за вільним вибором людини з метою відновлення фізичних і духовних сил та розвитку інтелектуальних здібностей.

Польські географи Я. Варшинська й А. Яцковський у праці "Основи географії туризму" (1978 р.) дотримуються думки, що термін "географія туризму" - дещо краще визначення, ніж "рекреаційна географія", а саму науку "Географія туризму" з її завданням і предметом дослідження вважають "міждисциплінарною та синтетичною, розміщеною на пограниччі природничих, економічних і суспільних наук, і це дає підстави трактувати її як окрему географічну дисципліну"

Ми розглядаємо географію туризму як галузь географічної науки, що вивчає територіальну організацію туристичної діяльності, умови й особливості її розвитку та розміщення, будучи у тісних взаємозв'язках із іншими географічними дисциплінами. Так, фізична географія вивчає природні чинники розвитку географії туризму, а також вплив туристичної діяльності на природне середовище. Кліматологія, будучи пов'язаною з бальнеокліматологією, біокліматологією, досліджує природну ресурсну базу, необхідну для розміщення оздоровниць, і придатність клімату для розвитку активного відпочинку й оздоровлення відпочиваючих.

Економічна та соціальна географія як одна зі суспільних дисциплін аналізує розміщення й просторову диференціацію туризму та супутних з нею

галузей.

Географія населення та міграції вивчає зміни і демографічні особливості територій, пов'язані з розвитком туризму, а також особливості розселення, яке може визначально впливати на розміщення туристичних об'єктів.

Географія сфери послуг вивчає питання, що характеризують забезпеченість відповідних територій найрізноманітнішими послугами, необхідними для розвитку туристичної діяльності.

Географія культури доповнює інші географічні дисципліни знаннями про соціокультурні утворення обжитих територій, які використовуються або можуть стати ресурсом для розвитку туристичної діяльності.

Картографії належить вагома роль у дослідженні просторових закономірностей туристичної діяльності, що можуть становити інтерес для географії туризму. І, зрештою - теоретична географія дає основи знань із теорії та методики дослідження суспільної географії як фундаментальної географічної науки.

Для розуміння об'єкта вивчення географії туризму необхідно дотримуватися того, що потреба в такій галузі пізнання виникла на певному етапі розвитку людського суспільства, - тоді, коли туристична діяльність стала масовим явищем, а особливості освоєння території та їх просторові вияви почали визначати потребу в такому вивченні. У 80-х роках ХХ ст. відомий український дослідник туризму М. Крачило зарахував до об'єкта дослідження географії туризму туристичне господарство<sup>10</sup>. Відомий російський дослідник туризму В. Квартальнов вважає об'єктом туризму індустрію туризму, яка охоплює туристичні центри, райони та комплекси природних і культурно-історичних умов<sup>11</sup>. Професор О. Любіцева, розглядаючи особливе місце туризму на сучасному ринку послуг, вважає "що об'єктом вивчення географії туризму є ринок туристичних послуг"<sup>12</sup>.

На думку відомих київських вчених - географів Б. Олійника, А. Степаненка, в об'єкті дослідження соціальної географії як науки "...можна розглядати територіальні структури в їх відносинах одна з одною, матеріальним виробництвом і навколишнім середовищем", не відкидаючи значення матеріальних предметів, процесів і явищ, які можуть постати умовою реалізації туристичної діяльності. Важливою складовою об'єкта дослідження географії взагалі й туризму зокрема залишається людина. Адже формування попиту на туристичні послуги навіть за найсприятливіших економічних обставин, а також успіх у туризмі, цілком залежить від індивідуума, від його рівня культури і духовного стану, потреби в "споживанні" духовних благ.

За твердженням професора О. Шаблія, місце людини в суспільній географії розкривається за допомогою понять життєдіяльності - трудової, споживчої, соціоприродної, відтворювальної й екзистенційної. У зв'язку з тим, що туризм насамперед спрямований на відтворення та примноження життєвих сил людини, тобто фізичного й інтелектуального потенціалу, цей вид діяльності розвивається з урахуванням і суспільних, і природних законів.

Сама праця, пов'язана з обслуговуванням туристів, вимагає таких взаємодіючих компонентів, як природне середовище, людина з притаманною здатністю до праці (в нашому випадку - до обслуговування), наявність засобів праці.

У сфері туризму зазначено компоненти взаємопов'язані та взаємодіючі, адже за відсутності одного з них або унеможлиблюється необхідне обслуговування, або створюються умови для неповноцінного відпочинку чи оздоровлення.

Діяльність у сфері туризму, зауважуючи споживчу діяльність, дуже своєрідна: вона спрямована на створення послуг, що споживаються безпосередньо на місці їхнього створення, а також матеріальних благ, які у вигляді сувенірних виробів, туристичного інвентаря чи спорядження реалізують у туристичних центрах або за їх межами.

Відтворювальна життєдіяльність у сфері туризму пов'язана з використанням вільного часу задля відновлення сил людини на спеціалізованих територіях, переважно поза основним місцем проживання.

Соціоприродний вид життєдіяльності в туризмі виявляється у фізичній потребі спілкування людини з живою природою. Цивілізаційні засади сучасності обмежують її в такому спілкуванні, тому соціумні утворення, хоча й використовуються у туристичній діяльності, але стають певним гальмом у подальшому розвитку саме оздоровчих видів туризму. Водночас зі збільшення кількості населення і за-люднення вільного простору приводить до їх наступу на довкілля. У зв'язку з цим, на наш погляд, облаштування універсальних соціоприродних систем дещо відволікатиме потребу в суто природних екосистемах, але не підмінятиме їх. Щоправда, соціумний рівень життєдіяльності визначають місцем розташування туристичних об'єктів і їх територіальними формами зосередження, експлуатованих у процесі туристичної діяльності.

Екістична, або розселенська життєдіяльність у туризмі виглядає системою розселень, яку застосовують для розміщення туристичних об'єктів - готелів, мотелів, турбаз, кемпінгів і відповідної інфраструктури задля створення й надання туристам різноманітних послуг. Наголосимо, що окремі сегменти поселень, зокрема старовинні садиби й сучасні комфортні будівлі приватного сектору, теж можна використовувати у туристичних цілях, найчастіше для поселення учасників зеленого туризму.

Отже, об'єктом дослідження географії туризму постає територія, тобто природний географічний простір, або простір соціокультурних і соціоприродних поєднань, які насичені різними туристичними й інфраструктурними закладами, завдання яких - сприяти ефективній туристичній діяльності. У свою чергу туристична діяльність - це діяльність людини, спрямована на збереження або відновлення фізичних та духовних сил, відповідно до існуючих суспільних стандартів. Об'єкт географії туризму, безумовно, реалізується в конкретних предметах дослідження.

У період радянського ведення географію туризму розглядали складовою рекреаційної географії. Визначаючи предмет дослідження, вчені

орієнтувались на територіально-рекреаційну систему (ТРС). У зв'язку з цим московський географ Д. Ніколаєнко пише: "Чітка конструктивна спрямованість (ТРС. - С.К.) була доброю для комуністичної програми і зовсім непридатна в межах нової, національної програми: змінилася реальність СКС (соціокультурних систем)\* і реальність рекреаційної діяльності"<sup>15</sup>. Далі дослідник зазначає: "Рекреаційна географія повинна орієнтуватись на ширший предмет"<sup>16</sup>. На його думку, предметом дослідження рекреаційної географії є вивчення просторових закономірностей і особливості поведінки людей у процесі рекреаційної діяльності в межах СКС.

Геопросторову (територіальну) організацію, за професором О. Шаблієм, визначають взаєморозміщенням об'єктів, наявністю просторових зв'язків між ними, існуванням територіальних суспільних утворень та їх функціонуванням. Якщо ці характеристики застосувати до географії туризму, то взаєморозміщення територіального зосередження туристичної діяльності розкривається функціонально-територіальною структурою. Основою теоретичної моделі територіальної структури туризму може слугувати теорія центральних місць Кристаллера, за якою туристичні послуги продукуються в центрах обслуговування певної абстрактної території з рівномірно розміщеним населенням та однаковою транспортною доступністю за неоднорідного зосередження туристичних послуг. Унаслідок такої неоднорідності формуються піраміди центрів обслуговування, які ієрархічною залежністю засвідчують наявність просторових зв'язків, існування поєднань у вигляді пунктів, центрів, вузлів, що формують функціональні райони туристичного обслуговування. На особливість територіальної організації туризму впливатимуть просторові зв'язки між згаданими компонентами, рівень й інтенсивність котрих визначається транспортною мережею та спрямованістю туристичних потоків.

Отже, предметом вивчення географії туризму постають властивості або особливості територіальних поєднань, спрямовані на формування туристичного продукту задля задоволення туристичних потреб на ринку туристичних послуг.

Виходячи з предметно-об'єктної сутності географії туризму, її основними завданнями є визначення:

- кола умов та чинників, що впливають на формування попиту та пропозиції, їх просторово-часової структури, динаміки, диференціації, напрямків та сили впливу з метою прогнозування розвитку та моделювання процесу;
- впливу та проявів загальносвітових закономірностей розвитку туризму в конкретних умовах національного ринку з метою розробки принципів його територіальної організації;
- місця і ролі національного туристичного ринку в глобальному та регіональному туристичному процесі, в формуванні глобальних геопросторових структур;
- просторово-часової структури та територіальної диференціації

туристичного споживання, яке відтворює рівень сформованості внутрішньому ринку, що функціонує в формі міжгалузевого комплексу - індустрії туризму;

- рівня сформованості, комплексно-пропорційного розвитку індустрії туризму, її відповідності обсягу та структурі попиту, форм територіального зосередження попиту та територіальної організації індустрії туризму.

Стрижневою проблемою, яку повинна вирішувати географія туризму, є проблема ефективної територіальної організації туристичного споживання на основі формування міжгалузевого соціально-орієнтованого комплексу індустрії туризму.



## ***Тема 2. Головні поняття і терміни географії туризму.***

1. Підходи до визначення туризму та їх географічна інтерпретація.
2. Класифікація туризму з позицій географічної науки. Форми, види та типи туризму.
3. Функції туризму, їх значення. Сутність і складові напрямки туризмології.
4. Сучасні наукові концепції та моделі в географії туризму.
5. Концепція сталого розвитку туризму.

У сфері туризму використовують значну кількість спеціальних термінів і понять, які здебільшого ще не отримали загальноприйнятого визнання. Вони продовжують розвиватися та вдосконалюватися. Слово "туризм" походить від французького *tourisme* (*tour*) - обхід, об'їзд, прогулянка, поїздка, подорож. Цей термін міцно ввійшов у світову практику з другої половини XIX ст. На перших порах він означав пішохідне переміщення з метою прогулянки, а в XX ст. поступово набув універсального значення, охоплюючи цим поняттям будь-які переміщення людини з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання.

Дотепер не сформовано однозначного підходу до трактування поняття "туризм". У науковій літературі дефініції терміна "туризм" подано в працях вітчизняних (М. Крачило, О. Любіцева, В. Федорченко, В. Кравців, М. Мальська, М. Рутинський, С. Кузик) і зарубіжних учених (В. Преображенський, М. Мироненко, П. Жолдак, І. Зорін, К. Крапф, В. Гунзикер, Ц. Каспар, В. Гаворецькі та ін.). Більшість розглядають туризм різновидом подорожі, де його учасники перебувають поза межами постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення або в інших подібних справах.

Швейцарські науковці (Бернський університет) К. Крапф і В. Гунзикер вважають: туризм - це сукупність відносин та явищ, які мають місце під час подорожей у певну місцевість за умови нетривалого поселення та нездійснення діяльності, що може спричинити отримання доходів<sup>17</sup>. Зауважимо, що це визначення на Заході впродовж тривалого часу вважалося основним. Були спроби визначення туризму і серед українських вчених. Ще на початку 40-х років XX ст. призабута вчена доктор географії О. Степанів замість терміна "туризм" вживала "мандрівки" і розкривала їх зміст: 1. "мандрують пішки, колесом, автомобілем, залізницею, пароплавом, човном, каяком, чи лещатами"; 2. "новіші часи принесли нові форми мандрівництва не в одиночку, а гуртом [групою]"; 3. "тільки планове, обдумане і відповідно підготовлене мандрівництво дає особисту і громадську користь". Авторка також визначає географію мандрівок - кожену околицю, оскільки "всюди знайдете своєрідну красу природи й народної культури, яка аж проситься, щоб описати її, змалювати, сфотографувати, а зате стане вона предметом письменницького чи поетичного натхнення або основою до цікавих наукових дослідів".

Після Другої світової війни на тодішньому радянському просторі лише

з 60-х років з'явилися вагомі наукові праці, де туризм постає особливим видом міграції населення, галуззю економіки, способом проведення часу поза межами постійного місця проживання. Причому його розглядають, як ми вже гадували субгалуззю рекреації.

На офіційному рівні було немало спроб роз'яснити це поняття. Так, за визначенням, прийнятим Організацією Об'єднаних Націй 1954 р., туризм трактували як активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання.

Вагомий внесок у формування поняття "туризм" зробила Манільська конференція з туризму (Філіппіни, 1980 р.) Його розглядали як один із видів активного відпочинку - подорож з метою пізнання тих чи інших районів нових країн у поєднанні з елементами спорту. Крім цього, Манільська декларація з проблем розвитку світового туризму проголосила: туризм варто тлумачити як діяльність, що посідає чільне місце в часопродовженні народів і безпосередньо впливає на соціальну, культурну, освітню, економічну та політичну сфери життя окремих держав і на їхні міждержавні відносини. Незважаючи на проголошені Манільською декларацією засади туризму, його визначення й надалі не набуло однозначного трактування.

У 1993 р. статистична комісія ООН уточнює поняття туризму, розглядаючи його як діяльність осіб, котрі подорожують, перебуваючи у місцях, розташованих поза межами постійного місця проживання, впродовж періоду, що не перевищує року підряд, але здійснюється з метою відпочинку, освітньою, діловою та ін.

В українських офіційних документах, зокрема в Законі України "Про туризм", подано таке визначення: "Туризм - тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю"<sup>20</sup>.

Відомий український дослідник у царині географії туризму М. Крачило вважав туризм різновидом рекреації, активного відпочинку, "...під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними та культурно-розважальними цілями"<sup>21</sup>. На соціокультурну функцію туризму (ефективний засіб пізнання, підвищення культурного рівня і под.) звернув увагу О. Абуков, як на ефективний засіб пізнання, підвищення культурного рівня.

Окремі вчені вважають туризм формою міграції населення, пов'язаною з тимчасовим переміщенням у межах країни або з однієї країни до іншої (В. Преображенський, В. Азар, П. Олдак, Ю. Веденій), а більшість учених-економістів - особливою галуззю економіки, що належить до сфери послуг (В. Герасименко, В. Мацола та ін.). Але чи не найвідоміше визначення російського дослідника В. Азара. Він аналізує туризм як велику економічну систему з різноманітними зв'язками між окремими елементами в межах і народного господарства окремої країни, і зв'язків національної економіки зі світовим господарством загалом. Ще інші автори, а саме - І. Зорін та В. Квартальнов - наводять різні дефініції поняття туризм: вид подорожі; рух

(переміщення) поза місцем постійного проживання; форма розумового та фізичного виховання, що реалізується через соціально-гуманітарні функції; популярна форма організації відпочинку, проведення вільного часу; галузь господарства, яка тимчасово надає послуги людям поза місцем їхнього постійного проживання; особлива форма пересування людей за маршрутом із метою відвідати конкретні об'єкти або задовольнити особисті потреби.

Запропоновані згадані версії ілюструють багатогранність підходів до трактування поняття "туризм". Останні, на наш погляд, залежать від наукового напрямку тих чи інших учених, провідних світових наукових тенденцій, власних уподобань і под. Всі вони мають суб'єктивний характер і виглядають або занадто розширеними й описовими, або звуженими. Це вносить плутанину в їх тлумачення чи робить їх синонімічними з аналогічними визначеннями інших сфер людської життєдіяльності.

Узагальнюючи сказане, доходимо висновку, що визначення туризму значно залежить від напрямку дослідження, за яким виразно постають суспільно-культурні, економічні й навіть екологічні чинники. Уміле їх поєднання наблизить визначення туризму до його однозначного трактування. На наш погляд, туризм - це важлива сфера діяльності, що постає формою організації проведення вільного часу і пов'язана з відвідинами об'єктів, котрі перебувають поза межами постійного місця проживання на період до року з метою задоволення фізичних, духовних, соціальних, освітніх, оздоровчих та інших потреб без нанесення шкоди довкіллю.

Значних змін та уточнень зазнало ще одне з основних понять у туризмі - "турист". Перше його офіційне тлумачення прийняла Рада Ліги Націй у 1937 р., де сказано: туристом є кожен, хто подорожує 24 год або більше, а якщо подорож здійснюється поза межами своєї країни, подорожуючий вважається міжнародним туристом. Не можна вважати туристами, за рішенням Комітету експертів Ліги Націй, осіб, котрі перебувають у пошуках праці, заробітку, або постійного місця проживання, а також транзитних подорожуючих і тих, хто навчається.

Після Другої світової війни Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (МСОТО) вніс окремі поправки до названого визначення. Однак, на думку польського дослідника В. Гаворецькі, ці поправки ще не посприяли однастайному визначенню поняття "турист"<sup>26</sup>. Проблема звелася до мотивації подорожі як підстава визначення категорії туризму. Адже кожен турист - подорожуючий, але не кожен подорожуючий - турист. Подорожуючих об'єднує певна мета, що може бути пов'язана якоюсь експедицією, пошуком роботи (мігранти) і под. Для деяких народів, зокрема кочівників, котрі шукають пасовища для худоби, - це спосіб існування. Наприклад, белуджі постійно мігрують із Пакистану в Афганістан, незважаючи на існуючі державні кордони.

Подорож - це переміщення людей у часі й просторі, а людина, яка подорожує, незалежно від мети, напрямку" засобів переміщення та часових параметрів належить до подорожуючих. Подорож може бути пов'язана з

проходженням туристичним маршрутом. Туристичний маршрут - це географічно визначена і прив'язана до конкретної місцевості й об'єктів траси подорож із можливим текстовим описом.

Комітет ООН 1957 р. рекомендував уніфікувати визначення "турист". З цього часу ним став подорожуючий, який відвідує іншу країну або район поза постійним місцем проживання понад 24 год. Це формулювання згодом було уточнене відповідно до мети подорожі.

На Римській конференції міжнародних подорожей і туризму ООН 1963 р. запропоновано розподіляти туристів на дві категорії:

1. Люди, котрі відвідують країну тимчасово, понад 24 год, але не лише з метою розваг, а й отримання вакантних робочих місць, фахової діяльності, поліпшення здоров'я, навчання, участі в роботі конференцій, різних зустрічей із релігійними чи спортивними цілями<sup>26</sup>. До туристів зарахували екіпажі літаків, кораблів, що прибували в країну.

2. Екскурсанти - це відвідувачі місцевості, краю, країни, котрі перебували в них не більше ніж 24 год і не використовували засобів розміщення, наприклад, громадяни, які беруть участь в одноденній екскурсії, або пасажери круїзних суден, екіпажів, котрі залишаються менше ніж на день.

Учасникам Римської конференції вдалось узгодити поняття "відвідувач". До цієї категорії почали входити всі, хто подорожує незалежно від мотивів мандрівки, що досі вносило певне непорозуміння у міжнародну статистику. Після Римської конференції таких відвідувачів стали поділяти на "міжнародних" і "внутрішніх".

Міжнародні відвідувачі - це особи" котрі подорожують у будь-яку країну, що не є для них постійним місцем проживання, і перебувають там упродовж періоду, що не перевищує року. З-поміж міжнародних відвідувачів почали розрізняти туристів з ночівлею й одноденних відвідувачів, тобто екскурсантів, які перебувають у країні без ночівлі. До туристів стали зараховувати відвідувачів, котрі хоча б раз переночували в тому чи іншому місці за межами постійного помешкання з метою відпочинку, оздоровлення, розваги і под.

Термін "внутрішні відвідувачі"<sup>91</sup> також був погоджений представниками країн - учасниць Римської конференції. Ними почали вважати осіб, котрі проживають у будь-якій країні й подорожують будь-якою місцевістю своєї країни за межами постійного помешкання, на період не більше ніж 12 місяців, і головною метою мандрівки не вважається заняття, що оплачують із джерел відвідуваного місця<sup>27</sup>.

На Міжнародній конференції з туризму, організованою ВТО у Манілі (Філіппіни, жовтень, 1980 р.), розглядалося поняття "внутрішній турист", але єдиного погляду не було досягнуто. Комісія Конференції з національних туристичних ресурсів ВТО запропонувала своє визначення: внутрішній турист - це особа, яка покидає місце постійного проживання з метою відвідування території, розташованої не ближче 80,5 км від місця постійного помешкання, з метою розваг, фахових особистих потреб та інших (за

винятком щоденних) переміщень до пункту роботи.

На сучасному етапі туристом вважають особу, яка подорожує з метою розваг, поліпшення здоров'я, зустрічі з товаришами, родичами, з науковою, адміністративною, спортивною, комерційною метою, а також того, хто є учасником круїзу і може перебувати у порту навіть менше 24 год. Одночасно до цієї категорії не ввійшли люди, котрі працюють за кордоном, але проживають у прикордонній зоні, приїжджають у країну за контрактом на роботу або мають змогу працювати, транзитних пасажирів, осіб, які не мають постійного місця проживання, біженців, працівників консульств, дипломатів, а також тих, хто приїжджає для навчання або його продовження чи підвищення кваліфікації.

У Законі України "Про туризм" подано таке визначення: "Турист (мандрівник) - особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законом країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений термін".

Незважаючи на законодавче закріплення згаданих понять, рішення міжнародних конференцій і отриманих результатів наукових досліджень, поняття "туризм", "турист", "внутрішній турист" загалом не набули однозначного тлумачення. Розбіжності у трактуванні основних понять з туризму спричиняють чимало незручностей у практичній діяльності, зокрема під час обліку туристів, підписанні угод з питань міжнародного туристичного бізнесу. Тому, на наш погляд, дослідницька робота з питань теорії туризму, його розвитку в умовах ринкової економіки повинна всіляко підтримуватись і державою, і зацікавленими бізнесовими туристичними структурами.

Достатньо стабільними в сучасних умовах стали поняття "внутрішній туризм", "міжнародний туризм", "національний туризм". Внутрішній туризм - це тимчасовий виїзд громадян конкретної країни з постійного місця проживання до місцевості у межах національних кордонів з метою відпочинку, лікування, задоволення пізнавальних інтересів, занять спортом, розваг тощо. Міжнародний туризм - тимчасове відвідування іноземцями території іншої держави з метою отримання туристичних послуг і туристичного продукту (в'їзний туризм) та виїзд громадян із туристичною метою за межі країни постійного проживання (виїзний туризм).

Національний туризм - сукупність туристичної діяльності, пов'язаної з обслуговуванням туристів своєї держави, які беруть участь у виїзному та внутрішньому туризмі.

Беззаперечним і загальноприйнятим є визначення пасивного й активного туризму. Пасивним, або виїзним міжнародним, називають такий туризм, коли громадяни країни виїжджають за її межі з метою відпочинку, оздоровлення, з економічною метою і там витрачають зароблені у своїй країні кошти. Активним, або в'їзним міжнародним, вважають туризм, коли громадяни перебувають на території іноземної держави з туристичною метою і витрачають у її межах іноземну валюту.

До найважливіших термінологічних понять належать також "туристичні ресурси", оскільки без них туристична діяльність неможлива. Туристичні ресурси - це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів (історико-культурних пам'яток, обслуговуючих закладів), що використовуються або придатні для творення туристичного продукту. їм притаманні такі ознаки: атрактивність (привабливість); доступність; стан вивчення; екскурсійно-пізнавальна значущість; запаси; спосіб використання та ін. Туристичні ресурси розподіляють на природні, історико-культурні й інфраструктурні.

Туристичний продукт, створений унаслідок експлуатації туристичних ресурсів, набуває форми товару. Його відмінність від туристичної послуги полягає в тому, що він може бути придбаний у місці проживання, а спожитим - лише у місці виробництва туристичної послуги<sup>29</sup>. Туристичний продукт - це сукупність предметів споживання і послуг, які мають споживчу вартість, необхідну для задоволення потреб, що виникають під час подорожі туристів.

Стосовно класифікації туризму, то висвітлені у попередніх підрозділах його зміст і сутність підтверджують, що туризм - це складне соціально-економічне явище, яке вимагає своєрідного підходу, оскільки необхідно враховувати різноманітні мотиви проведення відпочинку та можливості його здійснення. Тому кількісні відмінності значно поступаються явищам, котрі в туризмі класифікують через посилення на їх ознаки.

У науковій літературі використовують найрізноманітніші підходи до класифікації туристичної діяльності. Так, відомий український географ-туризмознавець М. Крачило виокремлює класи, форми та види туризму<sup>40</sup>. Залежно від характеру туристичних потоків, він визначає два класи: внутрішній (національний) та іноземний. Форми туризму вчений вирізняє за такими ознаками: характером організації: плановий (організований) і самодіяльний (неорганізований); тривалістю подорожі (короткотривалий, довготривалий); інтенсивністю туристичних потоків: постійний, сезонний.

Види туризму, що визначаються мотивацією туристичної подорожі, М. Крачило класифікує на курортно-лікувальний, культурно-розважальний, релігійний, спортивний, пізнавально-діловий і навіть промисловий. Залежно від способу подорожування вчений виокремлює такі види туризму, як автомобільний, автобусний, авіаційний, морський, річковий, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, пішохідний, гірський, лижний, водний, підводний, спелеологічний і комбінований (рис. 1.8).

Професор О. Топчієв розглядає туризм як один із типів рекреаційної діяльності. Причому структурує його на такі види та підвиди: пізнавальний (краєзнавчий, релігійний, міжнародний); історико-етнографічний; історико-культурний: ландшафтно-екологічний; спортивний (рибальство, мисливство, водно-спортивний, альпінізм, екстремальний); родинно-гостьовий; торговельний; діловий; науковий; громадсько-політичний; розважальний (спортивно-видовищний і фестивально-видовищний) та релігійний<sup>41</sup>.

Раціональнішою і пристосованішою до сучасних ринкових умов господарювання є класифікація видів туризму, розроблена науковцями

Санкт-Петербурзького державного університету А, Кириловим і Л. Волковим.

Як засвідчує аналіз наведених класифікацій, вони достатньо повно відображають туристичну діяльність. Водночас автори навчального посібника "Основи туристичного бізнесу" (2004 р.) М. Мальська, В. Худо і В. Цибух зауважують: "Досі немає чіткої загальноприйнятої класифікації туризму". І далі: "...Це пояснюється насамперед тим, що практично неможливо виокремити чисті форми і види сучасного туризму".

З-поміж зарубіжних авторів особливу увагу привертає класифікація туризму, запропонована вже згадуваним польським дослідником В. Гаворецькі, яку доповнив автор посібника: для групування туризму за видами використано найузагальненіші критерії мотивацій цього своєрідного явища і на їх основі виокремлено основні види туризму.

Дані таблиці засвідчують, що фізіологічному критерію, пов'язаному з відпочинком, лікуванням та оздоровленням і спортом, відповідають такі види туризму, як відпочинковий, лікувально-оздоровчий і спортивний. Фізіологічний критерій мотивації спрямований на фізичне відновлення організму людини. До цієї групи належить і лікувально-оздоровчий туризм, активно пов'язаний з використанням природних властивостей мінеральних вод, клімату, ґрунту та морського середовища. Відпочинковий і лікувально-оздоровчий туризм часто об'єднують в один вид - рекреаційний туризм (лат. recreation - відновлення), тобто подорож задля відпочинку та лікування<sup>46</sup>.

Спортивний туризм висуває особливі вимоги до туристичних ресурсів на маршруті подорожі. Він пов'язаний із використанням фізіологічних можливостей учасника подорожі, причому має на меті активний відпочинок унаслідок підвищення навантажень на організм людини та досягнення спортивних результатів у загальнофізичній підготовці туриста. Сюди варто зарахувати і поїздки з наміром пасивної участі в спортивних змаганнях.

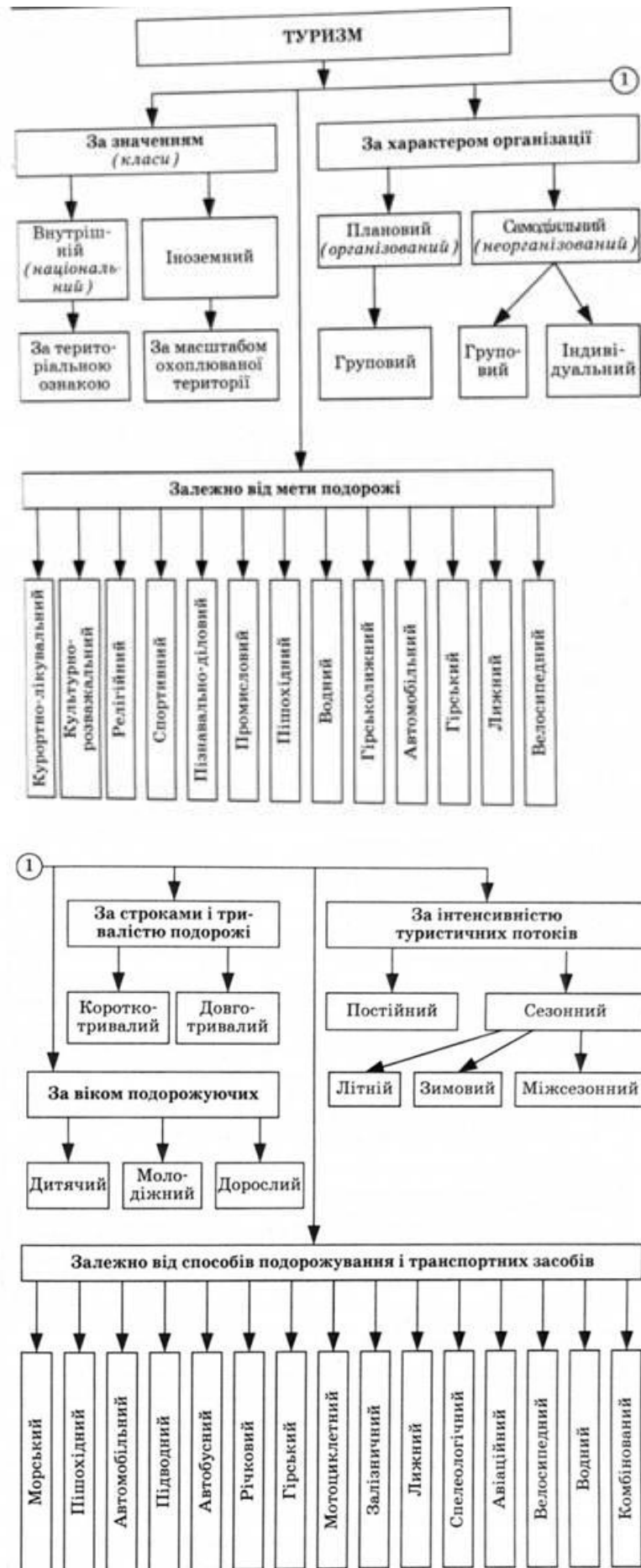


Рис. 2. Класифікація туризму



Туризм з метою відновлення психологічного стану людини можна здійснювати за допомогою розваг (що і стало причиною виникнення високоприбуткового ігрового бізнесу), який називають розважальним видом туризму. Культурно-пізнавальний вид туризму пов'язаний зі задоволенням потреб мандрівника у пізнанні звичаїв, побуту й інших складових культури окремих народів, країн, регіонів. З метою задоволення духовних потреб мандрівників-паломників (відвідування святих місць та релігійних центрів) структурувався релігійно паломницький туризм.

Фахові критерії мотивації подорожування відповідають двом видам туризму - діловий (економічний) і науковий. Якщо діловий туризм здійснюють із комерційною метою, переважно задля відвідування бірж, виставок, ярмарків, то науковий поєднаний з участю в різних конгресах, симпозіумах, конференціях із наступними екскурсійними поїздками.

Політичний критерій, пов'язаний з виокремленням дипломатичного та майданного видів туризму, має певну специфіку. Адже дипломатичний туризм - це поїздки й участь у різнобічних політичних заходах, що офіційно влаштовують держави-учасники. Майданний туризм пов'язаний із політичними подіями та заходами, які здійснюють партії, громадські організації в демократичних державах. Такому критерію відповідають події 2004 р. в Україні - Помаранчева революція в Києві на майдані Незалежності та в багатьох інших містах молоді держави.

Сентиментальний туризм - це поїздки з метою відвідування родичів, знайомих, родинних місць. Цей вид туризму особливо актуальний для людей, котрих примусово виселили із обжитих місць, або котрі емігрували з політичних мотивів чи добровільно виїхали за межі країни у пошуках роботи. Туга за батьківщиною спонукає їх подорожувати залишеними, але не забутими землями.

Дослідження з географії туризму можна розподілити на теоретичні, пов'язані з напрацюванням науково-методичних засад територіальної організації активного відпочинку, та прикладні, основною метою котрих є створення рекомендацій для активізації туристичної діяльності й управління туристичним сектором економіки. У туризмі, як і у всій географічній науці, впродовж тривалого часу використовували описовий метод дослідження. Він був панівним до середини ХХ ст. На межі 50-60-х років у цій галузі географічної науки почали все ширше послуговуватися методом лінгвістичного аналізу, що в другій половині ХХ ст. задав важливий науковий напрям дослідження.

З кінця 60-х років ХХ ст. у рекреаційній географії популярності набув системний підхід, обґрунтований групою московських учених на чолі з В. Преображенським<sup>1</sup>. У 80-х роках зацікавленість системним багатовимірним аналізом розвитку рекреаційно-туристичної діяльності зменшилась, але він залишився одним із важливих методів дослідження.

Останнім часом з'явилися нові підходи в дослідженні географії туризму, пов'язані з розширенням предмета дослідження, в тому числі географії поведінки, так званої бігейвіористської географії (англ. behavior -

поводитися), що охоплює індивідуальні особливості поведінки відпочиваючого, тобто туриста. Такий розвиток досліджень, із наближення географії туризму до предмета вивчення гуманістичної географії, польський учений А. Ковальчик пояснює такими причинами: відсутністю відповідного масиву статистичних даних стосовно поведінки в туризмі; незначною кількістю фундаментальних праць у галузі туризму; міцними зв'язками географії туризму з соціологією та психологією, де бігей-віористський підхід отримав всезагальне визнання; застосуванням нетрадиційних для географії методів дослідження (інтерв'ю, спостереження, анкетування і под.); специфікою предмета дослідження, тісно пов'язаного водночас і з природним, і зі суспільно-культурним середовищем<sup>2</sup>. Вагомим чинником, на наш погляд, стали також зміни у самому туризмі - колись елітарний і малочисельний туристичний рух у середині ХХ ст. перетворився на масовий, багатомільйонний, охопивши широкі верстви населення.

Теорія розвитку туризму концептуально відповідає моделі залежного розвитку у широко популярну на заході ще у 70-х роках ХХ ст. її заснував відомий аргентинський економіст Р. Пребіш. Згідно зі згаданою моделлю, економічний стан однієї групи країн, які характеризуються вищим рівнем розвитку, зумовлює розвиток іншої групи менш розвинутих країн. Ці відносини залежності зводяться до того, що існують країни, де економіка може успішно розвиватися лише за умови зовнішнього впливу на них розвинутіших країн.

На думку більшості прихильників концепції залежного розвитку, під такий вплив потрапляють лише галузі міжнародного значення. У нашому випадку - це міжнародний туризм та пов'язані з ним галузі. Щоправда, окремі польські дослідники вважають: теорією залежного розвитку можна пояснити певні процеси, які відбуваються у випадку розвитку внутрішнього туризму<sup>8</sup>. Це відбувається тоді, коли розвиток місцевого туризму пов'язаний з виконанням рішень загальнодержавного значення.

Теорія периферії в розвитку туризму. До перших авторів теорії периферії, яка виявилася антитезою теорії центральних місць, належав німецький учений В. Крісталлер. Суть цієї теорії полягає в обґрунтуванні просторової організації розселення в пошуку певної регулярності сфери послуг. На думку вченого, учасники туристичних походів намагаються задовольнити туристичні потреби поза межами міських поселень, тобто центрами цивілізаційних зосереджень, освоюючи позаміський простір зелених зон довкола великих міст та їх агломерацій, багатий насамперед на природні туристичні ресурси. Ці ж туристи, врешті-решт, зможуть і, напевне, захочуть відвідати центри агломерацій, але радше задля покупок та з пізнавальною метою.

Теорія циклів еволюції туристичного простору. На початку 80-х років ХХ ст. з'явилася ще одна теорія розвитку туристичного простору. її розробив учений Р. Батлер. Теорія циклів еволюції туристичного простору пов'язана з розвитком туризму не лише в окремій місцевості, а й у всьому регіоні. Учений назвав шість етапів розвитку туристичного простору.

Перший - етап розвідування, пов'язаний із відвідуванням туристично-рекреаційних територій невеликою кількістю людей, переважно індивідуальних туристів, котрих можуть зацікавити природні ресурси або історико-культурні особливості краю, унікальні пам'ятки тощо. На розвідувальному етапі розвитку туристичного простору поодинокі відвідування території майже не впливає на місцеве господарство та життя людей.

На другому етапі - етапі входження, туристи значно частіше відвідують згадану місцевість. Тут уже помітні результати таких відвідин: місцеві жителі починають отримувати доходи за послуги, надані туристам (нічліг, продаж кулінарних виробів, дрібних сувенірів і под.).

Третій етап теорії циклів - етап еволюції туристичного простору - Р. Батлер назвав фазою розвитку, туристична діяльність на якій для окремого регіону стає галуззю спеціалізації й основним джерелом надходжень. Кількість туристів у регіоні може наблизитися до кількості населення.

Четвертий етап - фаза консолідації. Це означає повний розквіт туристичної функції, якій притаманна оптимізація кількості туристів і домінування місцевої промисловості на ринку туристичних товарів та послуг. На цій стадії розвитку туристичні функції починають превалювати. Вони "працюють" на забезпечення найрізноманітніших потреб приїжджих, тобто туристів, котрі вибрали для відпочинку або оздоровлення саме цей регіон, а не інший. Туристична інфраструктура досягає оптимуму й відповідає господарсько-економічній доцільності.

П'ятий - етап стагнації (застою), що характеризується гальмуванням розвитку туристичних функцій. Зменшення напливу відпочиваючих зумовлює економічні труднощі: знижується рентабельність готельних комплексів, унеможлиблюється сплата кредитів, наданих на будівництво відповідних об'єктів та ін. У регіоні зростає соціальне напруження (злочинність, погіршуються стосунки між приїжджим і місцевим населенням).

На шостому етапі розвитку туристичного простору відбувається занепад туристичних функцій, що спричиняє відчутне зменшення відвідувачів регіону. Цей процес супроводжується закриттям готелів, ресторанів та інших інфраструктурних об'єктів або їх перепрофілюванням, яке вже не стосується туризму. Врахування специфіки дії теорії циклів еволюції туристичного простору в практичній діяльності може запобігти занепаду туристичних функцій регіону.

Теорія двох туристичних секторів. Теорія двосекторної економіки як провідної теорії економічного зростання започаткована із середини 50-х років ХХ ст. її творцем був А. Льюїс, лауреат Нобелівської премії<sup>11</sup>. За цією моделлю розвиток економіки розглядають системою двох секторів: традиційного сектору з натуральним сільським господарством, яке характерне прихованим перенаселенням і високопродуктивним сектором промисловості міських територій, що поглинає надлишок робочої сили зі сільської місцевості.

Автор теорії двох секторів у сфері туризму - американський соціолог Е. Коген. На початку 70-х років ХХ ст. він поділив туристичне обслуговування на інституційовані та неінституційовані суб'єкти (сектори) господарювання. Такий спосіб господарювання найхарактерніший для Південної Європи - Італії, Греції, Хорватії й Центрально-Східної Європи - Польщі, Словаччини, Чехії, де основною рекреаційною діяльністю є туристична спеціалізація. У країнах третього світу явище двох туристичних секторів спричинене надмірною концентрацією послуг здебільшого в готельних комплексах, розміщених у великих містах, тобто в туристичних центрах. Місцева влада, отримуючи значні доходи з великих готельних комплексів, майже не цікавиться незареєстрованим малим готельним бізнесом (Філіппіни, Індонезія, Малайзія та ін.). Існування неформального сектору хоча й позбавляє державу певних доходів, але їх наявність заповнює прогалини у виробництві додаткових туристичних послуг, посилюючи цим атрактивність регіону, навіть окремо взятої країни.

#### Модель сприйняття туристичного простору

Автором цієї моделі вважається Й. Міссек (1977 р.). Він обґрунтовує туристичний простір як сприйняття людини з певною культурою, стереотипом відчуття простору. На думку автора згаданої концепції, центром сприйняття простору постає місто, мешканці якого задовольняють туристичні потреби поза його межами, через поступове освоєння навколишнього середовища. Ступінь сприйняття позаміського простору залежить від особливостей природного середовища, транспортної доступності, антропогенного впливу і под. Унаслідок віддалення від центру умовної системи рівень сприйняття простору поступово зменшується. З огляду на важливу роль транспорту, автор моделі вважає, що схема сприйняття туристичного простору має концентрично-радіальний вигляд, де враховано не лише стан туристичного господарювання, а й попит, сформований відповідно до сприйняття туристами тієї чи іншої території.

З-поміж авторів теорії сприйняття туристичного простору А. Ковальчик вирізняє польського вченого С. Ліщевського, який на підставі аналізу туристичної діяльності виокремлює п'ять її типів: 1) простір туристичної експлорації, тобто розвідування; 2) простір туристичної пенетрації (проникнення); 3) простір туристичної асиміляції; 4) простір туристичної колонізації; 5) простір туристичної урбанізації. На думку згаданого науковця, у перших трьох типах туристичного простору, характерних зростанням навантажень на природне середовище і відсутністю відповідної інфраструктури та поступовим збільшенням напливу туристів з коротким перебуванням без ночівлі й навіть спеціалізацією сільської місцевості на зеленому туризмі, туристична діяльність не є домінуючою функцією та не загрожує природному середовищу або культурним цінностям.

Два останні типи теорії сприйняття туристичного простору відповідають інтенсивним етапам освоєння географічного простору, де відбувається накопичення туристичних об'єктів та об'єктів інфраструктури. Простором туристичної колонізації стають приміські або підгірські

рекреаційні території, міжгірські котловини, де переважають туристичні функції, наприклад, значна частина Південного берега Криму, околиці курорту Сочі в Російській Федерації, долини річок Прут, Опір, Латориці в Карпатах та ін.

Концепція системності та модель рекреаційної системи

Концепцію системності в рекреаційній і туристичній діяльності запропонували московські вчені В. Преображенський і Л. Мухіна ще 1969 р. За їхньою версією, сукупність явищ, пов'язаних із рекреаційною діяльністю (куди ми зараховуємо і сферу туризму), необхідно розглядати як систему, складену з різних, але взаємопов'язаних елементів. Системність дає змогу повніше і точніше вивчати окремі елементи системи, залучені до сфери рекреаційної (туристичної) діяльності, зокрема такі її властивості, як функціональність, цілісність, ієрархічність, стійкість та динамічність.

Модель рекреаційної системи розробив В. Преображенський (1975 р.). Її розглядають як соціальну систему - складну, управляючу і частково самоуправляючу, утворену зі взаємопов'язаних підсистем - відпочиваючих, природних і культурних територіальних комплексів, технічних систем, обслуговуючого персоналу й органу управління. Великою відвагою і науковою передбачливістю В. Преображенського є те, що центром моделі рекреаційної системи у період розквіту тоталітарного комуністичного режиму він вважав людину (відпочиваючих). Відносини з іншими підсистемами у моделі вчений розглядав як залежні від соціальних, вікових, національних, регіональних та індивідуальних особливостей групи або окремої людини стосовно інших підсистем.

З утворенням незалежних держав, після розпаду СРСР, з'явилися нові концепції розвитку рекреаційного господарства. Одна з них - концепція "соціокультурних систем" російського вченого Д. Ніколаєнка. Він вважає, що модель територіально-рекреаційної системи застаріла, бо відповідала потребам замкнутої радянської системи господарювання. У сучасних умовах, що склалися на пострадянському просторі й у світі, повинен "запрацювати" новий підхід, ґрунтований на соціокультурній спільності етнотериторій. Незважаючи на всю зовнішню привабливість ця концепція, на думку львівських географів, заполітизована і постає науковим обґрунтуванням геополітичної концепції російського експансіонізму.

Концепція ареалу туристичної активності. Сутність концепції, розробленої Д. Гетцом (1993 р.) у тому, що в містах з розвинутою туристичною функцією туристичні послуги і більшість туристичного бізнесу сконцентровані в центральній частині міста або поблизу, у так званому середмі-сті<sup>21</sup>. Оптимальні умови для розвитку міського туризму (і це принципове положення) зосереджені переважно у центральній частині агломерації, де сконцентровано такі атрактивні об'єкти, як пам'ятки історії й архітектури, виставкові зали, театри та конференцзали, торговельні й харчові комплекси, різноманітні бюро, довідкові служби, готелі тощо. Їх компактне, доступне для пішоходів розташування сприяє якісному обслуговуванню відвідувачів і високій туристичній активності саме у центральній частині

міста. Найяскравішим прикладом у межах України є м. Львів, центральна частина якого визнана історичним заповідником, що входить до спадщини ЮНЕСКО. Вона перенасичена туристичними фірмами, екскурсійними маршрутами, готельними об'єктами, ресторанами та кав'ярнями і належить до ареалу найвищої туристичної активності. На периферії міста (Сихівський, Південний чи Північний масиви (райони) та в інших околицях Львова) зосередженість атрактивних об'єктів значно менша. Згадані околиці міста хоч і є периферією ареалу туристичної активності, але в налагодженні й системі функціонування такі території повинні розглядатися як місце роззосередження туристичних потоків. Це особливо актуально для міст із підвищеною атрактивністю та перевантаженням їх центральної частини.

#### Концепція розвитку туризму як зустрічі культур

Суть її полягає у тому, що туристичні центри є місцем зустрічі представників різних культур, носії котрих - приїждже і місцеве населення. Унаслідок такої "зустрічі" відбувається взаємне зацікавлення, пізнання, можливе взаємопроникання культур. Однак може скластися ситуація, коли приїждже і навіть місцеве населення почуватимуться некомфортно, а в гіршому випадку - ображеними, що може зумовити конфлікт. У такому випадку, зауважує А. Ковальчик, необхідно або минати таку місцевість, або змінювати поведінку обох сторін, аби запобігти такому непорозумінню.

Концепція самознищення розвитку туризму пов'язана з екологічним станом рекреаційних територій. Якщо попередня концепція більше стосується моральних засад розвитку туризму, то концепція самознищення туризму пов'язана з негативною зміною рекреаційних територій, що здійснюється внаслідок проведення масових туристично-рекреаційних занять.

Отже, неконтрольований розвиток туризму посилює його антропогенний тиск на рекреаційні території, призводить до самознищення туризму, де про подальший розвиток не може бути й мови. Усе це вимагає наукового обґрунтування туристично-рекреаційних навантажень і вивчення економічної доцільності розвитку туризму.

#### Концепція туристичної урбанізації

Туристичні міста становлять нову та виняткову форму урбанізації, що виникли внаслідок розвитку обслуговуючих функцій з наданням переважно туристично-рекреаційних послуг. На відміну від промислових міст, заснованих в індустріальну епоху, туристичні міста є продуктом самої індустріалізації, під час якої виникла особлива потреба в оздоровленні й створенні поселень із набором міських послуг. Такі міста масово почали виникати наприкінці ХІХ - початку ХХ ст. (більшість відомих центрів туризму в Альпах: Давос, Ароза, Санкт-Моріц, Мюррен, Лейкербад у Швейцарії; Лех, Шрунс, Ланген, Зурс, Сан-Антон в Австрії; в Україні - Яремча, Ворохта, Сколе, Славське та ін.).

Міста, котрі виконують туристично-рекреаційні функції, суттєво відрізняються від інших, насамперед від промислових міст. Адже їхня діяльність несумісна з промисловістю, розміщенням виробництв, що може

зашкодити навколишньому середовищу, туристичним ресурсам, здоров'ю населення, відпочиваючим. Лікувальні й оздоровчі функції таких міст вимагають наявності в них чистого повітря, охайних парків, просторих зелених зон, екологічно чистих туристичних ресурсів, сучасної соціальної інфраструктури та ін.

Отже, більшість сучасних теорій і концепцій географії туризму мають бігейвіористське спрямування. Їх дослідження передбачає врахування не лише стану обслуговування, а й індивідуальних особливостей поведінки туристів.

### ***Тема 3. Чинники розвитку туризму і формування туристичного попиту.***

1. Головні групи чинників розвитку туризму.
2. Природні та суспільно-географічні чинники розвитку туризму. Геополітичні чинники розвитку туристичної діяльності.
3. Класифікація умов та чинників, їх вплив на формування попиту на послуги туризму.
4. Групи умов і чинників формування попиту на туристичні послуги. Соціально-економічні умови формування ринку як чинник.
5. Види туристичного попиту. Стиль життя як чинник туристичного попиту. Типи споживачів туристичних послуг.

Більшість дослідників географії туризму вирізняють дві групи чинників його розвитку - соціально-економічні й природні (Е. Котляров, Н. Недашківська, І. Родічкін). На нашу думку, найконструктивнішу модель факторів розвитку туризму запропонував московський учений І. Зорін ще у 70-х роках ХХ ст. Суть зводилася до поділу чинників розвитку туризму на генеруючий і ті, які реалізують рекреаційно-туристичні потреби.

Професор О. Шаблій вважає, що з територіально-просторового погляду, чинники розвитку туризму поділяють на загальнодержавні та регіональні; з погляду приналежності до суспільних або природних процесів - на соціально-економічні й природно-географічні.

У запропонованій нами класифікації географічних факторів розвитку і розміщення туризму поруч із фізико-географічними та суспільно-географічними вирізняють історико-культурні та геополітичні.

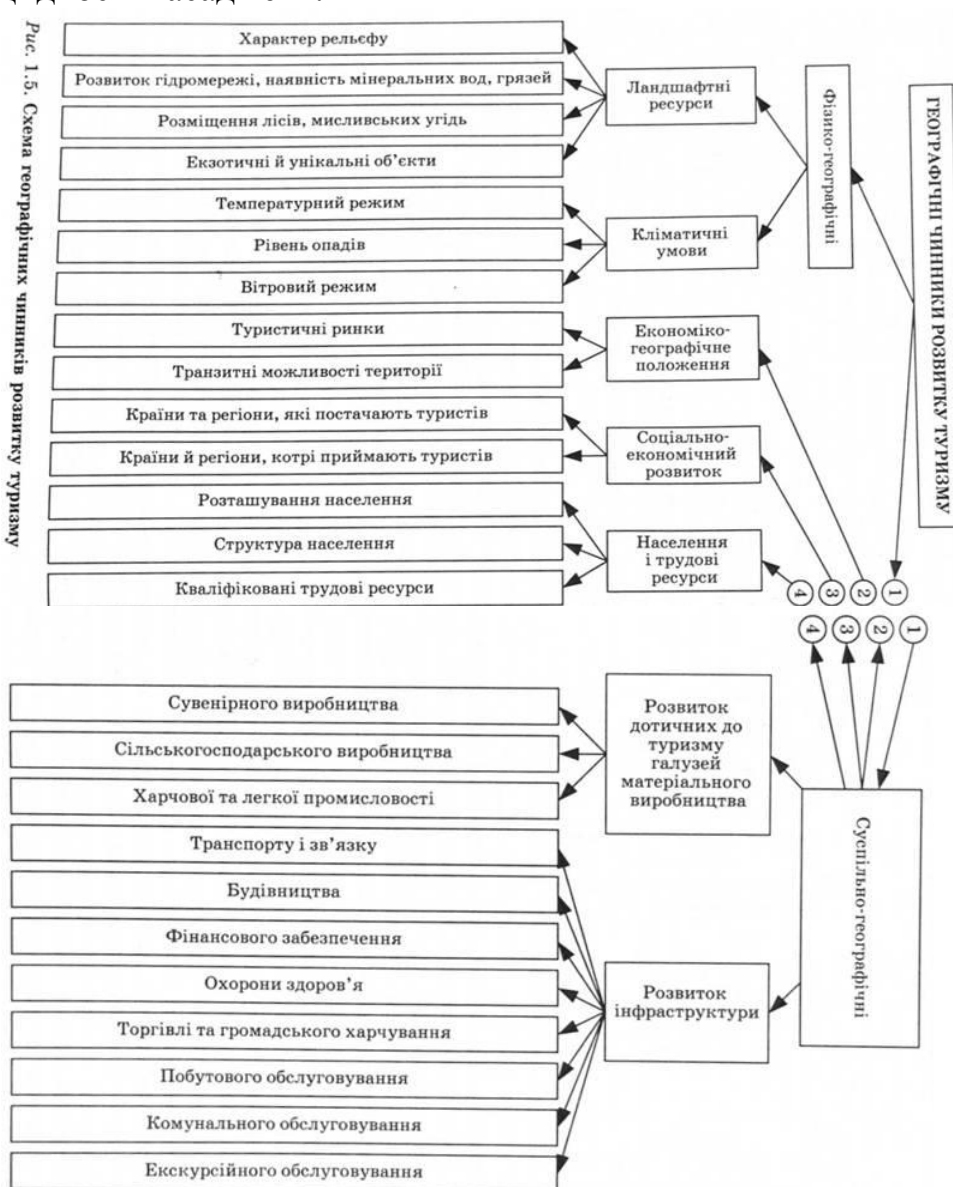
З-поміж фізико-географічних чинників особливе місце посідають ландшафтні ресурси та кліматичні умови, які здебільшого і визначають туристично-рекреаційне використання території, впливають на формування та розвиток туристичного господарства, вибір району відпочинку і подорожі. Виокремлення ландшафтних ресурсів туризму вимагає вивчення фізико-географічної характеристики території, передусім характеру рельєфу, здатності гідромережі для використання їх із рекреаційною метою, а мінеральних вод і грязей - для лікувально-оздоровчих цілей.

Наголосимо, що у рельєфі значну увагу приділяють гірській місцевості. Адже мальовничі пейзажі, цілюще повітря, можливість займатися гірськолижним туризмом, альпінізмом й іншими видами активного відпочинку широко використовують у багатьох країнах світу. Так, Альпи стали місцем для розвитку гірського туризму і створення найпопулярніших у світі туристичних центрів Австрії, Швейцарії, альпійських районів Італії, Франції та Німеччини. Карпати за привабливістю майже не поступаються гірській системі Альп, їхню красу та природні властивості здавна експлуатують туристи Польщі, Словаччини, України, Румунії. Гірський рельєф сприяє розвитку активних видів відпочинку і спорту. Долини, улоговини, схили та вершини гір, стрімкі гірські потоки, цілющі джерела, повноводні озера й озерця, навіть штучні водойми - все це сприяє



прокладанню гірсько-пішохідних та лижних маршрутів різних категорій складності, розвитку відпочинково-оздоровчих центрів світового значення. У Карпатській гірській системі зимовий період року найпривабливіший для любителів гірських лиж. Таким прикладом може бути сучасний туристичний комплекс "Буковель", розташований в Івано-Франківській області. Серед інших районів світу добре розвиваються гірськолижні центри в Північноамериканських Кордильєрах, Скельних Горах, на Кавказі, в Центрально-Азійському гірському масиві, Північній Японії тощо.

У туристично-рекреаційному використанні територій мають вагомe значення лісові й мисливські угіддя. Лісовий фонд і його якісні параметри становлять передумову розвитку масового відпочинку і навіть лікування. Так, ліси першої категорії належать до масивів, де можна організувати відпочинок і здійснювати оздоровлення громадян. Задля такого використання лісів необхідно враховувати групи лісів, лісистість території (відношення лісопокритої площі до загальної), а також їхній склад, що визначає ступінь фітонцидності насаджень.



### Рис. 3. Чинники розвитку туризму

Важливим чинником розвитку туризму залишаються кліматичні умови. Його складові - температурний і вітровий режим, кількість опадів - можуть бути визначальними під час розміщення відпочинково-оздоровчих об'єктів, формування туристичних центрів та створення необхідної інфраструктури. Кліматичне тло території значно пов'язане з характером рельєфу. Наприклад, у гірських районах контрастна і часто мінлива погода дуже залежить від висоти над рівнем моря, крутизни і місця розташування схилу, рівня закритості горизонту і под. Неврахування цих особливостей та інших природно-географічних чинників може спричинити нераціональне розміщення туристично-рекреаційного об'єкта, зниження його привабливості, а відтак економічну недоцільність експлуатації. Отже, клімат належить до найважливіших чинників, який може визначати туристично-рекреаційну спеціалізацію території.

Суспільно-географічні чинники (див. рис. 3) – це економіко-географічне розташування, стан соціально-економічного розвитку території, наявність населення і трудових ресурсів, розвиток дотичних до туризму галузей матеріального виробництва та розвиток інфраструктури.

Для розвитку туризму важливе значення має економіко-географічне положення, тобто сприятливе розташування країни, регіону по відношенню до моря, гірських і лісових масивів, транспортних магістралей і, безперечно, - до основних потоків відпочиваючих. Адже саме такі чинники впливають на формування туристичного ринку. Скажімо, географічне положення басейну Середземного та Чорного морів посприяли розміщенню всесвітньо відомих курортів, туристичних центрів біля їх берегів. Центральне розташування в Європі альпійських мальовничих гір, долин і озер, засніжених вершин Швейцарії, Французьких, Італійських, Австрійських Альп також здавна приваблюють відпочиваючих. Щось подібне до вигідного географічного розташування і поєднання його з унікальними природними ресурсами посприяло розвитку туризму в Басейні Карибського моря (Куба, Ямайка, Домініканська Республіка) та ін.

Соціально-економічний стан країни може мати вирішальне значення для розвитку туризму. Це добре простежуємо на прикладі країн, які постачають туристів, і країн, які їх приймають.

Країни та регіони, котрі постачають туристів і є центрами формування міжнародних туристичних потоків, характерні високим рівнем розвитку економіки, високим життєвим рівнем, наявністю вільного часу, що сприяє більшості їх населення подорожувати екзотичними країнами. До них належить низка країн Європейського Союзу - Німеччина, Велика Британія, Франція, країни Бенілюксу, а також США, Канада, Японія та ін. Суспільні відносини у високорозвинутих країнах світу в останні десятиріччя склалися так, що в структурі часопроведення відбулися зміщення від суспільств робочого часу до суспільств вільного часу, в якому виявлено значно більший інтерес до пізнання духовних цінностей та культури інших народів, ніж до зайвого накопичення матеріальних благ.

Країни та регіони, котрі приймають туристів зазвичай володіють високим сервісним потенціалом. їхня економіка підпорядкована забезпеченню надійного рівня обслуговування у центрах розміщення туристів, на засобах їх доставки та підприємствах харчування і розваг. Такий рівень сервісного обслуговування притаманний і тим європейським країнам, які за економічним розвитком дещо поступаються найрозвинутішим країнам - Іспанії, Греції, Португалії. Водночас, чимало розвинутих країн є не лише постачальниками, а й відомими країнами, що спеціалізуються на прийманні міжнародних туристів. Це Франція, США, Велика Британія, частково Німеччина.

З-поміж розвинутих країн світу вирізняються ще й такі, які значно більше приймають міжнародних туристів, аніж їхніх громадян бере участь у закордонних туристичних поїздках. Це Австрія, Швейцарія, Італія, і, безумовно, карликові країни.

До країн, що приймають туристів, належить чимала група держав, котрі недавно вступили на шлях ринкових перетворень і заявили про себе як про перспективні території для розвитку міжнародного туризму. Серед них - Польща, Угорщина, Болгарія, Чехія, Хорватія набувають популярності Україна, Російська Федерація, країни східної Балтії, Чорногорія, Хорватія, Македонія.

Чималу групу становлять країни, які за рівнем економічного розвитку зараховують до країн третього світу, але вони популярні на ринку туристичних послуг. В умовах глобалізації сучасні туристичні корпорації монополізують їхні туристичні ринки. Унаслідок цього виникають нові форми партнерства, що сприяє значному поліпшенню обслуговування туристів. Таким регіонами стали Південна, Південно-Східна Азія, Океанія. Так, Азійсько-Тихоокеанський макрорегіон туризму 2008 р. прийняв 188,3 млн туристів, або на 70,2% більше, ніж у 2000 р. і в 3,3 рази більше, ніж у 1990 р. Європейський макрорегіон за цей період збільшив потужність відповідно на 24,4 % і всього на 86,2 %. Це засвідчує випереджаючі темпи розвитку ще донедавна непопулярних регіонів на світовому ринку туристичних послуг<sup>35</sup>.

Аналіз соціально-економічного розвитку і політичного становища країн третього світу, які все більше привертають увагу туристів (Малайзія, Таїланд, Сінгапур, Єгипет, Марокко, Туніс, Саудівська Аравія, а також країни Карибського та Тихоокеанського басейнів), підтверджує, що вони потребують всебічної підтримки розвинутих країн світу, сприяння у посиленні політичної стабільності, підвищенні економічної активності та створенні надійних умов для відпочинку й оздоровлення іноземних туристів.

Дуже важливим чинником розвитку туризму є структура населення і наявність трудових ресурсів. Кількість населення, його розміщення можуть сприяти розвитку туризму або бути на перешкоді туристично-рекреаційного освоєння території. Зі зростанням кількості населення та підвищенням його добробуту потенційно зростатиме кількість бажаючих займатися туризмом. Зміна структури населення, зокрема до збільшення пенсійних груп, впливає

на зростання потреби в стаціонарних закладах відпочинку й оздоровлення і, навпаки, зі зростанням кількості молодіжних груп виникає потреба в активних видах туризму, в тому числі пішохідного, лижного, водного та ін.

До вагомих факторів розвитку туризму належить розвиток галузей матеріального виробництва, що дотичні до нього. Наприклад, у районах переважального розвитку туристично-рекреаційної сфери сільське господарство повинно спеціалізуватися на виробництві екологічно чистих овочів і фруктів, м'яса або таких продуктів харчування, які мають лікувально-оздоровче призначення (молочні продукти, лікувальні трави, відповідні сорти м'яса і под.)"

На основі екологічно чистої продукції варто розвивати харчову промисловість, передусім у місцевості, що тяжіє до туристично-рекреаційних центрів і може в достатній кількості забезпечити відпочиваючих необхідною продукцією. У свою чергу легка промисловість суттєво впливає на якість обслуговування, адже забезпечення туристів і відпочиваючих її продукцією є важливим завданням. Так, сувенірна продукція повинна мати високу якість, всебічно відображати національний колорит місцевості й ґрунтуватися на народних традиціях.

Важливим елементом інфраструктури, яка безпосередньо впливає на розвиток туризму, є її транспортна система – дорожня мережа, транспортні засоби. Дорожня мережа здебільшого характеризується призначенням, адже завдяки їй здійснюються багатоцільові зв'язки зі забезпечення не лише туристично-рекреаційних потреб, а й потреб інших галузей економіки. З метою комплексного соціального-економічного розвитку туристично-рекреаційних територій, зокрема перспективних його центрів, доцільно провадити будівництво нових автомобільних доріг або здійснювати реконструкції існуючих, розширювати мережу підприємств з обслуговування автотранспорту (сучасних автовокзалів, станцій технічного обслуговування, автозаправних станцій та ін.).

На формування і розвиток туристичних центрів впливає розвиток будівництва, будівельної індустрії. У мережі будівельних компаній цей чинник пов'язаний із доцільністю використання місцевих майстрів, котрі володіють навичками народного будівництва, з використанням місцевих будівельних матеріалів для виконання оздоблювальних робіт під час спорудження оздоровчо-рекреаційних об'єктів, що сприяє підвищенню їх привабливості внаслідок надання їм національного колориту.

Сучасний туризм не можна уявити поза добре організованими, відповідно структуризованими іншими галузями інфраструктури. Кожна із них - а це фінансове забезпечення, охорона здоров'я, сучасний зв'язок, освіта, торгівля, громадське харчування, побутове та комунальне обслуговування, - є серцевиною в обслуговуванні та створенні комфортних умов для приїжджого населення у туристичних центрах і зонах масового відпочинку й оздоровлення населення.

Історико-культурні пам'ятки, зокрема унікальні, створюють чимало приференцій для розвитку туризму, передусім - міжнародного. У

найвигіднішому становищі перебувають країни, де поєднуються фізико-географічні чинники розвитку та розміщення з наявністю унікальних історико-культурних пам'яток (Італія, Греція, Єгипет, Хорватія, Туреччина, Мексика, Таїланд та ін.).

Україна вирізняється наявністю унікальних історичних пам'яток. До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО увійшли Софійський Собор із прилеглими монастирськими спорудами, Києво-Печерська лавра та історичний центр Львова. Ще два об'єкти мають транскордонний статус - це Геодезична дуга Струве та букові праліси Карпат. Такий скромний перелік не відображає повністю значення України у світовій цивілізації. Тому необхідно номінувати до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО десятки історико-культурних об'єктів - від Чернігова до Кам'янця-Подільського, від Криму до Канівського заповідника, від "Кам'яних могил" Запорізької області до резиденції буковинських митрополитів у Чернівцях та ін.

Унікальність історико-культурних пам'яток у розвитку туризму полягає не лише в повсюдному їх розміщенні й доступності для огляду туристами, а насамперед у впливі на морально-естетичний та культурний розвиток людини.

Геополітичні чинники суттєво позначаються на прийнятті рішень із організації міжнародних поїздок. Тут необхідно враховувати політичну ситуацію, її стабільність, відсутність конфліктів, ставлення населення до іноземних туристів, політичну культуру й аж тоді приймати рішення про відвідування цієї чи іншої території, країни, регіону.

Потреби в туризмі безпосередньо пов'язані з багатьма факторами його розвитку. Найголовніші з-поміж них – соціально-економічні, демографічні, соціально-психологічні та природно-географічні.

Конкретні соціологічні дослідження відпочинку й оздоровлення працівників промислових підприємств м. Львова, здійснені автором в Інституті регіональних досліджень наприкінці 80-х - на початку 90-х років ХХ ст., засвідчили, що туризм як соціальне явище поступово стає життєво необхідною потребою. Так, серед півтори тисячі респондентів за активний відпочинок висловилися більшість опитаних (66%), хоча в цей період туристичні путівки купували переважно одинокі громадяни (85%). Отже, в сімейному бюджеті не вистачало коштів, та й існуюча вітчизняна база розміщення відпочиваючих не була пристосованою для приймання сімейних груп.

Результати дослідження підтверджують і те, що в групі соціально-економічних чинників, які формують потребу в туристичних мандрівках, чільне місце посідають реальні доходи (грошові можливості регулюють мету споживання), бюджет вільного часу (необхідна умова реалізації подорожі), рівень освіти, професія і навіть соціальний стан.

Друга група факторів вказує на те, що обсяг туристичних потреб і його динаміка залежать передусім від загальної чисельності населення, тобто демографічної ситуації. І насамперед - від режиму відтворення населення, віку, статі, сімейного стану.

З-поміж соціально-психологічних чинників істотно впливають на особистість потенційного туриста спосіб життя, стереотип поведінки у вільний час, традиції населення, його ментальність.

На формуванні потреб потенційного туриста можуть суттєво позначатися природно-географічні чинники, а саме - стан навколишнього середовища та місце проживання. За умов інтенсифікації виробничих процесів, екологічної напруги туристичні послуги повинні охопити і міське, і сільське населення. Однак тривалий час відпочинок у громадській думці фіксувався як атрибут переважно міського населення. Наприклад, серед робітників - "маятникових мігрантів", котрі мешкали у сільській місцевості, а працювали в місті, за активний відпочинок на маршруті вихідного дня та в період відпустки висловились відповідно лише 4 % та 6 %. Безперечно, туристична рухливість міського населення значно більша, ніж сільського, та й міські умови життя спричиняють потребу в активному відпочинку на природі. Згадаймо, що на початку ХІХ ст. у містах проживало всього 3 % населення світу, вже через 100 років - 13, а через 200 (початок ХХІ ст.) - приблизно 45 %. Тобто у наші дні в містах сконцентровано майже 3 млрд міських поселенців Землі<sup>36</sup>.

Отже, туристичні потреби та їх обсяги в сучасному світі переважно зумовлені:

- підвищенням добробуту населення, суспільства;
- збільшенням тривалості вільного часу;
- зростанням загальної кількості населення;
- ментальними особливостями населення;
- природно-кліматичними умовами проживання, екологічним станом навколишнього середовища.

Бюджет вільного часу впливає не лише на формування туристичних потреб, а й на вибір видів туризму та місця його проведення. За п'ятиденного робочого тижня позаробочий час людини розподіляють на щоденний (після робочого дня), тижневий (вихідні, святкові дні) та відпускний (щорічний). Щорічний, або відпускний період, і щотижневий, на відміну від щоденного вільного часу, який безпосередньо пов'язаний із режимом роботи впродовж доби, постають головною умовою туристичної діяльності, адже саме в цьому періоді трудова людина може проводити вільний час поза постійним місцем проживання понад 24 год.

В умовах ринкової економіки, після входження України до Всесвітньої організації туризму (1997 р.), безумовно, простежуються нові тенденції, котрі суттєво позначаються на виборі видів туризму та місці його проведення. Неабияка роль у цьому випадку належить рекламі, навіть моді, тобто престижності відпочинку на всесвітньо відомих курортах, світових туристичних центрах.

Отже, з-поміж чинників, що визначають потреби в туризмі й істотно впливають на вибір його видів, вирізняються найперше соціально-економічні, зокрема рівень добробуту суспільства, що пов'язано з можливістю збільшення витрат на туризм та організацією вільного часу. Всі

інші чинники хоч і не є другорядними, але й не визначальними у їх формуванні.

Туристичний попит за характером можна поділити на основний, що полягає в реалізації мети подорожування, та додатковий, який виникає в певний час і в певному місці. Витрати туриста спрямовані на дотримання звичного способу життя і збільшуються на величину додаткового попиту, пов'язаного зі зміною потреб (наприклад, зростають потреби в товарах, особливо туристичного призначення; зростає частота звертання до культурно-просвітницьких закладів та закладів розваг тощо). До того ж, перебуваючи в іншому місці нетривалий термін, турист погано орієнтується в цінах і тому зростає вірогідність нераціональних покупок. На обсяг витрат суттєво впливає кон'юнктура цін. Структура витрат туриста включає витрати на: придбання туру (в повному чи неповному обсязі, останнє потребує ще додаткових витрат у місці відпочинку); часто туристського спорядження або товарів спеціального призначення; різних сувенірів як для себе, так і на подарунки родичам та знайомим; послуги, особливо культурно-просвітнього характеру (білети в музеї, галереї, парки, виставки, театри та інші заклади культури); розваги.

Туристський попит має часову та територіальну структуру. Часова структура формується можливостями споживання певних туристичних благ (особливо природних) в певний час, а територіальна структура обумовлена локалізацією об'єктів туристичного призначення і їх концентрацією. Відповідно до цього туристичний попит пульсує протягом певного відрізка часу (року), набуваючи пікових значень в періоди масового відпочинку в найбільш популярних для даної території районах і затухаючи в періоди міжсезоння.

Поведінка потенційного споживача, - бо поки турист не придбав тур він є потенційним споживачем, - на ринку туристичних послуг обумовлена сукупною дією об'єктивних та суб'єктивних чинників, умов та обставин, які впливають на вибір турпродукту та прийняття рішення про його купівлю. Ключовою позицією тут є мета подорожі. Основні принципи поведінки споживача ґрунтуються на свободі волевиявлення та законності вимог. На поведінку кожного конкретного споживача впливає безліч об'єктивних, суб'єктивних, постійних, тимчасових, випадкових умов та чинників, від сукупної дії яких залежить його остаточний вибір. Споживча поведінка обумовлюється комплексом психофізичних та соціокультурних характеристик. Їх вплив детально розглядається в більшості робіт з маркетингу (наприклад, Ф. Котлер, 1999) та маркетингу туризму (наприклад, А.П. Дурович, 1998) і ґрунтується на значному фактичному матеріалі. В нашому дослідженні хотілося б звернути увагу на важливість цього аспекту вивчення споживчого ринку і навести основні класифікації. Серед психофізичних характеристик слід визначити як най-суттєві вік, стать, тип особи, сімейний стан. За віком виділяють такі категорії - молоді люди (до 30 років), люди середнього віку (30-50 років), люди старшого віку (понад 50 років). За сімейним станом - холостяки, що не були одружені, одинаки

розлучені чи овдовілі, одружені. За чисельністю сім'ї - малі сім'ї без дітей або з однією дитиною, прості сім'ї з двома дітьми, багатодітні, Що мають троє і більше дітей. За спільністю проживання сім'ї - окреме чи спільне різних поколінь сім'ї та варіації такого спільного проживання. До аналітичних груп слід включати також «неформальні» сім'ї, тобто пари, що живуть спільно, але офіційно не оформили шлюб; неповні сім'ї, що складаються з одного з батьків і дітей. Сім'я в своєму розвитку проходить різні стадії, що складають етапи її життєвого циклу і на кожному з них підсилюється чи послаблюється мотивація до тих чи інших видів та форм відпочинку, корегується мета згідно до потреб членів сім'ї (лікування одного з членів сім'ї, оздоровлення дітей під час літніх канікул тощо), чи згода досягається консенсусом інтересів всіх членів сім'ї.

Тип особистості (екстравертний чи інтравертний) впливає передусім на мотивацію, вибір форми та виду подорожування. Екстраверти надають перевагу динамічним формам відпочинку з калейдоскопом вражень, більш підвладні впливу моди. Нові враження, нові знайомства можуть складати для них сенс відпочинку. Інтраверти почасти, навпаки, прагнуть обмежити спілкування під час відпочинку, надаючи перевагу подорожуванню в звичному оточенні (родичі, друзі), в звичних місцях за звичних обставин. Культура - це суттєвий чинник розвитку туризму взагалі та структуривання ринку зокрема. Значення цього чинника різне на різних рівнях та етапах дослідження: можна розглядати особисту культуру, культуру певних людських угруповань, виділених за різними ознаками або субкультуру, національну культуру, культуру певного суспільства на тому чи іншому етапі його розвитку. Особиста культура - комплекс морально-етичних норм та цінностей, естетичних смаків та уподобань, звичаїв та традицій, засвоєних та набутих людиною за час виховання, освіти, самоосвіти та спілкування, що визначають її поведінку, закріплюючись в певних стереотипах. Культура формується перш за все сім'єю, етно-релігійним та соціальним колом цієї сім'ї, суспільством через різні суспільні інститути і тому найтісніше пов'язана з соціальними чинниками, які визначають доступ до цивілізаційних цінностей, їх повноту та якість.

Рівень освіти формує культурні запити і вимоги до туризму, з одного боку, і дає можливість людині їх задовольнити, оскільки існує практично пропорційний зв'язок (за нормального розвитку економіки і суспільних відносин) між рівнем освіти, родом занять та рівнем прибутків людини. Тобто, рівень освіти урізноманітнює потреби і мету подорожування. Релігійність людини, належність до певної конфесії також є чинником, що обумовлює мотивацію та впливає на мету подорожі (наприклад, хадж до Мекки догматично обумовлений в ісламі і є обов'язковим для мусульманина, що обумовлює сталість даного цільового сегменту туристичного ринку). Від рівня освіти певною мірою залежить характер занять, професія, економічний стан і відповідна належність до певного класу суспільства, що формує певний стиль життя. Всі перелічені характеристики є соціальними чинниками впливу на споживчу поведінку. Характер занять перш за все чисто



фізіологічно впливає на потребу людини у відпочинку: важка фізична праця чи значні психічні навантаження потребують тривалішого відпочинку.

Рівень прибутків часто розглядають як ключовий чинник формування платоспроможного попиту на послуги ринку туристичних послуг і це дійсно так. Але його вплив треба розглядати тільки в сукупній дії з усіма зазначеними чинниками. Тут слід враховувати сукупний прибуток сім'ї, її склад, визначити «навантаження» на кожного працюючого члена сім'ї. Витрати на подорожування, як вже зазначалось, це та сума грошей, яка залишається після обов'язкових сплат (харчування, товари, житло, навчання тощо) і яка може використовуватись або з поточних прибутків, або з заощаджень. Зрозуміло, що при високих прибутках на одного члена сім'ї частота звернень до туристичного ринку зростає, міняється й структура попиту в бік елітарності мети та підвищення класу обслуговування. Прибутки забезпечують відповідний рівень життя, а в поєднанні з заняттями, рівнем освіти, іншими характеристиками, формують певну систему цінностей, інтересів і поведінки, які засвідчують соціальний статус особи.

Суттєвими соціальними ознаками споживчої поведінки є положення людини в певних соціальних групах: в сім'ї; на виробництві (від малого колективу колег по службі до приналежності до великого виробництва (корпорації); в групах, сформованих за певними ознаками (клуб, товариство, спортивна команда тощо). Тут слід зазначити дію таких моментів, як реальна приналежність та бажана, коли споживча поведінка визначається впливом того угруповання, до якого людина не належить, але бажає належати (момент претензійності). Нарешті, всі зазначені соціальні ознаки підлягають дії загального соціального чинника - приналежності до певного суспільства, до держави з тим чи іншим суспільно-політичним устроєм, що вимагає підлягання законам, нормам та правилам даної країни. Соціокультурні та психофізичні чинники, взаємодіючи, формують певний стиль життя, що виступає синтетичною характеристикою людської життєдіяльності.

Стиль життя визначається переважно за ціннісними та маркетинговими ознаками, які покладають в основу стратифікації суспільства, визначаючи єдність споживчої поведінки. Класифікації, проведені на цій підставі, не є універсальними, а навпаки, несуть у собі відбиток конкретного суспільства. Крім того, дослідники відзначають, що найвищі й найнижчі класи не враховувались, оскільки їх поведінка в різних країнах має більше спільного, ніж відмінного. Цінності поділяються на два основних типа: традиційні цінності того чи іншого суспільства, його передусім морально-етичні орієнтири, такі як ставлення до особи, до праці, терпимість і толерантність тощо та матеріальні цінності, зосередженні на володінні певною власністю та безпеці.

Поведінка споживача на ринку турпослуг, процес вибору турпродукту та прийняття рішення про його купівлю залежить від дії психологічних чинників, основними серед яких є мотивація, сприйняття, засвоєння, думки та погляди. Раціональні мотиви поведінки на туристичному ринку ґрунтуються на економії грошей, часу і зусиль при придбанні бажаного

турпродукту, впевненості в його якості, гарантом чого є репутація фірми. В основі емоційних мотивів лежить думка людини про себе, свою роль та значення в певному соціальному колі, жага визнання, свідоме чи підсвідоме творення власного іміджу, підвищення статусу, престижу, слідування моді чи потреба в пізнанні тощо. Мотив престижу є потужним збудником, що спонукає частину споживачів до нераціональних, навіть ірраціональних дій. Особливо це стосується категорії амбітних і активних, що бажають таким чином підвищити свій статус.

Престиж перед усім відтворюється в бажанні належати до певної групи (соціального прошарку, клубу, команди, громади тощо). Придбання того чи іншого туру в даному випадку викликане бажанням встановити дружні стосунки з окремими членами такої групи, бути прийнятим в певних колах. Цій категорії споживачів також властиве слідування моді і цей мотив переважає при виборі турпродукту. Категорія споживачів-індивідуалістів, які прагнуть самоствердження, навпаки, трактує престиж як незалежність від моди (навіть анти-мода), від смаків та уподобань свого кола, що також дає змогу самоствердитись. До того ж націленість на отримання нових вражень, знань чи навичок також можна розглядати як складову престижу. Таким чином, бажання підтвердити, закріпити або отримати, підвищити свій статус може ґрунтуватися на протилежних мотиваціях: індивідуалізм чи колективізм; осілість чи рухомість; пасивний відпочинок чи активна діяльність; пасивне споживання запропонованого чи творче ставлення до відпочинку тощо.

Мотивація до подорожування підсилюється сприйняттям інформації, завдяки якій у людини складається певне ставлення до того чи іншого турпродукту. Інформація, яку отримує людина, сприймається нею вибірково залежно від психічного типу, рівня освіти та інших властивостей, тому одна й та ж ситуація буде по-різному оцінена різними людьми, оскільки вони мають різний досвід. Саме досвідом пояснюють засвоєння інформації, спроможність об'єктивної оцінки ситуації. Оцінка явищ, предметів, ідей, в даному випадку порівняльних переваг турпродукту, тобто погляди і думки конкретної особи, є тими орієнтирами, що визначають смаки і диктують поведінку. Це дуже складна і водночас стійка система, яка формує рішення людини, по-перше, про спосіб організації дозвілля (їхати чи ні в подорож), по-друге, про його вид та форму (самодіяльний чи організований, активний чи пасивний), по-третє, про організацію подорожі (самостійно скласти чи звернутись до послуг спеціалізованих підприємств і яких саме). Таким чином, психологічні чинники формують рівень вибагливості, який, будучи завжди конкретним в деталях, має багато спільного в вимогах.

Вимоги до турпродукту можна звести до двох основних положень: надійність і комфортність (при цьому обидва положення трактуються широко). Надійність включає перш за все гарантію безпеки життєдіяльності, політичні, юридичні, фінансові гарантії. Надійність - це впевненість в можливості реалізації мети подорожі на бажаному якісному рівні (гарантія надійності турфірми і пропонованого нею продукту). Комфортність - це

передусім забезпечення класу обслуговування (умов проживання, пересування), тобто фізичний комфорт і комфорт психологічний, який залежить від складу учасників подорожі, їх психологічної сумісності (що не завжди визначається кількістю туристів в групі), готовності до сприйняття іншої культури та іншого середовища тощо. Процес прийняття рішення туристом на ринку туристичних послуг має два напрямки, які, за орієнтацією, можна визначити як вибір фірми чи вибір туру.

#### ***Тема 4. Методи географічних досліджень в туризмі.***

1. Методи збору географічної інформації.
2. Система методів дослідження у географії туризму. Інвентаризація. Оціночні методи.
3. Статистичні та математичні методи. Нормативний метод.
4. Картографічний метод та форми його використання в географії туризму. Класичні туристичні карти.

*Метод наукового дослідження* - це система розумових і (або) практичних операцій (процедур), які націлені на розв'язання певних пізнавальних завдань з урахуванням певної пізнавальної мети. У кінцевому підсумку і мета, і завдання дослідження зумовлені духовними та матеріальними потребами суспільства і (або) внутрішніми потребами самої науки.

*Функція методу* полягає в тому, що з його допомогою отримують нову інформацію про навколишню дійсність, заглиблюються в сутність явищ і процесів, розкривають закони і закономірності розвитку, формування і функціонування об'єктів, які досліджуються. Від якості методу, правильності його застосування залежить *істинність* отриманого знання. Істинні знання можна одержати лише у випадку застосування правильного методу (методів).

Цю думку ще у XVIII ст. висловив англійський філософ Френсіс Бекон. Він порівнював правильний метод у науковому пізнанні зі світильником, який освітлює подорожньому шлях у темряві. Отже, не лише результат дослідження, але й шлях, який веде до нього, повинен бути істинним.

З поняттям методу тісно пов'язані поняття методології і методики дослідження.

*Методологія* - це філософське вчення про методи пізнання, наука про побудову людської діяльності<sup>1</sup>. Іншими словами, це застосування світоглядних принципів до процесу пізнання, духовної творчості загалом і до практики. Відповідно, *методика* - це вчення про особливості застосування окремого методу чи системи методів. Методика є системною сукупністю прийомів дослідження. Якщо ця сукупність строго послідовна від початку дослідження і до одержання результатів, то це називається *алгоритмом*.

Існують декілька термінів, які вживаються для позначення поняття методу - науковий підхід, принцип, засіб, прийом. Хоч повною мірою вони не збігаються. Наприклад, поняття наукового підходу і принципу ширше, ніж поняття методу. А поняття прийому - вужче, конкретніше.

У географії застосовуються багато різноманітних методів, підходів і прийомів, які тісно між собою пов'язані логічно, структурно чи у процесі дослідження. Тобто вони утворюють систему.

Головні ознаки методів:

- а) часто вони послідовно застосовуються в одному і тому ж дослідженні;

б) застосовуються на різних рівнях дослідження – емпіричному (наприклад, метод аналогії, статистичні методи) й теоретичному (аксіоматико-дедуктивний, метод абстрагування) тощо;

в) застосовуються взаємозв'язано у процесі переходу від одного масштабу дослідження до іншого;

г) одні методи є формою виявлення (реалізації) інших, ширших за охопленням предметних областей чи засобів. Класичним прикладом цього можуть бути: математичний метод, який є одним з видів методу формалізації; або картографічний метод можна трактувати як одну форму методу моделювання.

Методи науки можуть характеризуватися різною широтою охоплення предметних галузей. Враховуючи цю рису, в географії всю сукупність методів слід поділяти на три великі групи (системи): філософський (-і), загальнонаукові та конкретнонаукові, в тому числі власне суспільно-географічні (спеціальні).

**Філософський(-і) метод(-и)** - це використання у науковому дослідженні категорій, положень, принципів і законів певної філософської системи, наприклад, діалектики (не фальшивого так званого діалектичного матеріалізму!) як теорії пізнання. Можна користуватися положеннями філософії позитивізму, неопозитивізму, постмодернізму та ін.

**Загальнонаукові методи** - це такі засоби і прийоми (чи їхня сукупність), які з тими чи іншими модифікаціями застосовуються в усіх чи майже усіх науках з урахуванням особливостей конкретних об'єктів дослідження. Наприклад, метод моделювання чи такі логічні засоби, як аналіз і синтез, індукція і дедукція.

Нарешті, **конкретнонаукові методи**, які застосовуються в окремих науках чи в генетично пов'язаних або об'єднаних спільністю об'єктів дослідження. Для прикладу наведемо метод енерговиробничих циклів. Він належить до конкретнонаукових, бо застосовується лише в *економічній географії* (у соціальній чи політичній географії його застосування було б нонсенсом). Тоді як метод балансів може застосовуватися у декількох близьких за певною ознакою дисциплінах (наприклад, й регіональній економіці й економічній географії). Він теж належить до конкретнонаукових, але не спеціальних, а міждисциплінарних.

Філософський метод є всезагальним, бо застосовується в усіх науках. Для колишніх радянських учених таким був так званий діалектичний матеріалізм, який брав на своє озброєння спрощену діалектику Гегеля і грубо об'єднував її з наївним матеріалізмом. Передусім, у географічному дослідженні важливо свідомо використовувати принципи, категорії і закони діалектики.

Найважливіші *принципи* діалектики: руху і розвитку, взаємозв'язку і взаємозумовленості, причинності тощо. Вони не замінюють собою загально-чи конкретнонаукових методів, а переломлюються через них, виявляються у процесі їх застосування.

У тоталітарні часи стверджували про так званий принцип об'єктивності. Мовляв, світ існує незалежно від нашої волі і свідомості, тобто об'єктивно. Однак це був *найвний матеріалізм* з його примітивним відображальним (сенсуалістським) розумінням світу. Навіть такі речі суб'єктивного світу (свідомості), як поняття, понятійні конструкти, загалом не ставали повноправними об'єктами науки, як специфічні наукові феномени. Що вже говорити про так звані віртуальні об'єкти.

Як відомо, не лише реальні об'єкти науки, але її ідеальні об'єкти - понятійні чи віртуальні конструкти - мають здатність змінюватися, рухатися, розвиватися. Отже, світоглядним має стати принцип *руху, зміни, розвитку*, який сформувався ще у Давній Греції і конкретизувався у так званому принципі *історизму*. Іншими словами, його застосування одержало назву *історичного методу*. Застосування цього методу потребує розглядати кожну географічну (територіальну) систему як таку, що у своєму розвитку проходить низку етапів (стадій): виникнення (зародження), становлення, розвиненого функціонування, перетворення в інший якісний стан. Або констатувати стадію розвитку системи з урахуванням попередніх чи наступних стадій.

Особливу роль в географії відіграють принципи *взаємозумовленості, взаємозв'язку, причинності*. Передусім дослідник повинен бачити поняття зв'язку у контексті трьох філософських категорій: *речі - властивості - відносини*. Зв'язки належать до категорії відносин. Для географії центральними є просторові відносини (а звідси і геопросторові зв'язки, як одна з форм просторових відносин). Зв'язок явищ і речей у часі лежить в основі *генетичного* підходу, що дає змогу розкрити походження об'єктів. Крім того, слід зважати на класи, типи і види зв'язків у реальному світі (на земній поверхні) і між поняттями. Зокрема, за агентами зв'язків виділяють їх класи: *речовинні, енергетичні, інформаційні*. Відповідно, кожен з цих класів зв'язків може існувати на множині трьох головних "речей" (сфер), між якими налагоджуються відносини. Ці сфери - це населення, господарство (соціальна, економічна сфера), природа (природне довкілля). Залежно від того, як і які сфери взаємодіють на конкретному геопросторі, формуються територіальні геосистеми: суспільно-географічні, соціально-економічні, еколого-економічні, соціально-екологічні (соціально-природні) та ін.

Особливо важливий принцип *причинності*. Згідно з цим принципом одні явища зумовлюють появу, розвиток чи функціонування інших. Наприклад, наявність сприятливих природних і соціально-економічних умов для розвитку приморських транспортно-торговельних комплексів (тепле незамерзаюче море, захищені бухти, суспільні потреби у зовнішній торгівлі) неодмінно спричинять появу та функціонування цих комплексів у відповідних місцях.

Загальнонаукові методи застосовуються у переважній більшості наук, наукових дисциплін і напрямків. Ці методи дещо умовно поділяються на дві великі групи: традиційні та сучасні (модерні).

*Традиційні загальнонаукові методи (ТЗМ):* спостереження, аналіз і синтез, індукція і дедукція, порівняння та аналогія, узагальнення та абстрагування. Як бачимо, це переважно методи формальної логіки. У географії відсутній (чи майже відсутній) поширений у природничих науках *метод експерименту*. Однак часто сама природа чи суспільство змінюються упродовж короткого проміжку часу, ніби експериментують. Прикладом може бути аварія на Чорнобильській АЕС, унаслідок якої утворилася особлива територіальна еколого-соціально-економічна система 30-кілометрової зони. Її не створити жодним спеціальним експериментом.

Однак метод експерименту в географії успішно замінюється методом *порівняльним* (порівняльно-географічним). Як зазначав Гегель, порівняти - це показати спільне у відмінному і відмінне у спільному. Отже, можна допустити, що різні об'єкти того самого явища (наприклад, системи розселення низових районів як виду локальних систем) є варіантами *станів* певної (районної) системи в умовах експерименту. Так само можна вважати "експериментом", коли одну і ту ж систему розселення розглядатимемо у різні історичні періоди її функціонування. Тоді такий метод називається *порівняльно-історичним*.

У географії і суміжних з нею науках деякі традиційні загальнонаукові методи мають свою конкретизацію. Наприклад, *метод спостереження* у географії, геології і біології конкретизується як польовий (вивчення об'єкта безпосередньо на місцевості, або, як колись говорили, в терені<sup>1</sup>). Порівняльно-географічний метод конкретизується у так званому *методі ААА* (аналіз аналогових ареалів). Сюди, як бачимо, додається ще й *географічний аналіз* й *географічний синтез* (наприклад, об'єднання-син-тезування територіальних господарської, соціальної і поселенської систем у єдину територіальну суспільно-географічну систему).

Логічне *абстрагування* в географії, зокрема в суспільній, часто виступає як метод *генералізації*. Метод генералізації, як і абстрагування загалом, передбачає усунення під час дослідження об'єктів, явищ і процесів, несуттєвих другорядних властивостей та відносин і виділення головного, визначального. Крайній випадок абстрагування маємо лише тоді, коли залишається лише одна, але суттєва риса і властивість.

До *сучасних (модерних)* загальнонаукових методів належать: метод моделювання, системний, формалізації, аксіоматико-дедуктивний.

*Моделювання* - це дослідження об'єктів, явищ і процесів не безпосередньо, а з допомогою їхніх заміників - моделей. У процесі моделювання експеримент у природі замінюється експериментом на моделі.

*Модель* у географії - це образ, зображення, копія, план, карта, формула, графік, матриця (прямокутна таблиця чисел) та ін. Філософи визначають модель як "мисленно подану чи матеріально реалізовану систему, яка, відображаючи чи відтворюючи об'єкт дослідження, здатна заміщати його так, що її вивчення дає нову інформацію про цей об'єкт". Отже, модель заміщає об'єкт, вона є його *аналогом* у певному відношенні за властивостями,

структурою, зв'язками чи функціями. Зазначають, що модель є *ізоморфною* чи *гомоморфною* до об'єкта вивчення.

Виділяють два типи моделей: предметні і знакові (часом їх відповідно називають матеріальними й ідеальними, хоч це терміни невдалі). Предметні моделі бувають натурні (зменшена копія автомобіля), фізичні (макети) та електронні. Для географії важливі передовсім *знакові моделі*.

Знакові моделі поділяють на два класи: *образно-знакові* (аерофото-і космічні знімки, карти) і *формально-знакові* (статистичні, математичні, абстрактнологічні тощо). Обидва ці класи однаково важливі і широко використовуються в соціально-економічній географії, взаємодіючи в конкретних дослідженнях.

*Метод формалізації* - це вивчення об'єктів шляхом відображення їхнього змісту, структури, форми чи функціонування у знаковому вигляді, з допомогою штучних мов (знакових систем). Зазначимо, що він близький до методу моделювання. Бо одним з видів методу формалізації є *математичне моделювання* (воно є складовою формально-знакового моделювання). Крім математичної формалізації, існує логіко-математична, особливо у процесі вивчення структури понять і у логічному численні, а також знакова формалізація - за допомогою штучної мови хімічних символів (значків) та операцій з ними.

*Математичне моделювання* - це створення математичної моделі і експериментування з нею. Класичним прикладом є відома формула (модель) міжгалузевого балансу виробництва і споживання:

Формалізація (математизація) дає змогу використовувати у дослідженнях *Географічні інформаційні системи* і, відповідно, *гісівські дослідницькі технології*.

Геоінформаційні технології стали можливими після широкого впровадження у дослідження ЕОМ. Вони передбачають передусім створення бази даних, пакетів програм (математичного програмного забезпечення), носіїв первинної геоінформації (аеро- і космічних знімків, карт, схем, діаграм, графіків, таблиць тощо), з яких автоматичними засобами можна одержувати первинну інформацію для формування бази даних, обробляти (перетворювати) її, відповідно подавати й інтерпретувати (рис. 52).

Математична формалізація найчастіше поєднується з картографічним моделюванням. Результатом цієї формалізації і ГІС-технологій є географічні (загальні чи тематичні) карти або їх серія, які служать проміжною моделлю для подальших експериментів.

*Системний підхід* (системний аналіз і синтез) - це вивчення географічних об'єктів, які трактуються як складні і (або) великі системи. Найпростіше, робоче поняття системи: це взаємопов'язана множина елементів, яка утворює певну *цілісність*. Кожна система характеризується такими рисами:

- а) складається з множини елементів ( $NI$ ;
- б) має множину *системоутворювальних відношень*;



в) взаємопов'язані групи елементів і групи груп формують підсистеми певної системи;

г) характеризується певною цілісністю і новими рисами цілісності;

г) сукупність підсистем системи разом із зв'язками між ними утворює її *структуру*;

д) має свою одну або декілька надсистем;

е) виконує властиву їй одну або декілька зовнішніх функцій.

Структура системи повинна відповідати її зовнішнім функціям, які трактуються як *виходи* системи на противагу до її *входів*. Входи - це певні імпульси, значення яких призводить до зміни *станів* системи і *значень* її *функції*.

Системний підхід буває двох видів: системного аналізу і системного синтезу, які взаємодіють, однак досить автономні. *Системний синтез* передбачає рух думки, розумових і практичних операцій від визначення (ідентифікації) елементів системи, налагодження зв'язків між ними, виділення на цій підставі підсистем та об'єднання їх і тих елементів, що не увійшли в окремі підсистеми, у переважно великі чи складні системи. Одночасно, синтез системи - це спосіб зафіксувати відносно простими засобами усю складність реальності. Системний підхід є засобом подолання складності хоча б тому, що самі по собі елементи можуть бути окремими системами, а у певному дослідженні вони такими не вважаються. Наприклад, національне господарство України можна трактувати як систему, утворену 25 регіональними "елементами" обласного виду, хоч кожна область - це, зрозуміло, складна система. Однак у цьому дослідженні вона може трактуватися як далі неподільна.

*Системний аналіз* передбачає *декомпозицію* досліджуваної системи спочатку на підсистеми першого, далі другого і п-го рівнів і так аж до отримання елементів системи. У процесі системного аналізу ми ідемо "зверху вниз", у процесі синтезу - "знизу вверх".

*Метод ідеалізації* передбачає створення так званих ідеальних моделей і порівняння ситуації, яку вивчають, з ідеальним варіантом. Отже, це складний метод, у процесі застосування якого використовують специфічні особливості деяких інших методів і моделювання, аналогії, абстрагування тощо. В багатьох науках поширені ідеальні моделі. У фізиці, наприклад, це ідеальна рідина (така рідина, яка не стискується), ідеально чорне тіло (таке тіло, що не випускає у зовнішній світ жодних променів) тощо.

Є декілька прикладів ідеальних моделей і в географічній науці, зокрема і СГ. Наприклад, це "ідеальний ландшафт Б. Родомана" (у вигляді шестикутної зірки), ідеальне місто Н. Блажко (тут наявні усі можливі властивості міст), ідеальний енергопромисловий цикл (цикл, який має усі ланки і стадії реально існуючих ЕВЦ).

По суті, можна формувати ідеальні об'єкти стосовно всіх реальних, територіальних систем і досліджувати територіальні системи на їхніх моделях, "адекватних" до ідеальних.

*Конкретнонаукові методи* (КНМ) - ті, які застосовуються в окремих науках або у декількох близьких між собою наукових дисциплінах. Вони поділяються на дві групи: міждисциплінарні і спеціальні.

*Міждисциплінарні методи* - це ті методи, які можуть застосовуватися у кількох пов'язаних *генетично* чи об'єднаних спільністю *об'єкта* дослідження науках. Наприклад, у географії, геології і біології таким є метод польових досліджень чи картографічний; у економічній географії і економічній науці - балансовий метод. Розглянемо деякі з них.

*Метод польових досліджень* (МПД) застосовується для безпосереднього вивчення об'єкта в натурі (вивчення в терені) шляхом спостереження за ним, інструментального вимірювання параметрів, дослідження функціонування, структури чи розвитку. У СГ це найчастіше трапляється у процесі польового дослідження *симплексів* - сільськогосподарських, промислових, транспортних підприємств, закладів сфери послуг або первинних форм територіального зосередження суспільства - населених пунктів, промислових кущів чи вузлів, агропромислових елементарних комплексів, елементарних систем розселення тощо.

Є різні способи застосування МПД: суцільний, вибірковий, маршрутний, так званий "спосіб ключів". Зокрема, "Метод ключів" передбачає дослідження типових (репрезентативних) ділянок і поширення результатів дослідження на більший регіон.

У географії є особливий вид МПД - *експедиційні дослідження* (ЕД). ЕД передбачають досягнення певної наукової мети шляхом спостереження у польових умовах спеціально організованою групою (групами) вчених. Зазначимо, що у 50-70-х роках у Львівському університеті ім. І. Франка, наприклад, існувала Карпато-Волинсько-Подільська експедиція з її фізико-, економіко-географічними та геоморфологічними загонами.

ЕД як вид МПД передбачають такі етапи:

- *початковий* (попередній, підготовчий) - вивчення джерел інформації про досліджуваній об'єкт (фондових, архівних, літературних, картографічних тощо) і формування попередніх ідей, проблем, гіпотез та ін.;
- *власне польовий* - збір матеріалів і первинної інформації, уточнення існуючих відомостей, попереднє обґрунтування гіпотез, перевірка ідей тощо;
- *камеральний* - обробка, аналіз, зіставлення інформації, одержання висновків тощо.

*Дистанційні методи* (ДМ) - ті, що застосовуються з метою одержання наукових висновків шляхом аналізу і синтезу інформації, зафіксованої аерокосмічними знімками. Вже під час дистанційного фотографування земної поверхні відбувається *генералізація* (узагальнення) інформації, хоч її частина втрачається. Існує навіть такий парадоксальний вислів: "чим далі (від земної поверхні), тим видніше". Одним чи декількома знімками охоплюються одночасно велика площа земної поверхні. Зауважимо, що обсяг зафіксованої на аерокосмічному знімку інформації залежить від висоти (відстані) знімання - масштабу знімка, зони спектра (видима чи невидима) та

ін. Нову інформацію отримують і шляхом *дешифрування* знімків. Результати зіставляють із результатами наземних польових досліджень еталонних об'єктів.

ДМ дають змогу дослідити взаємне *розміщення* суспільно-географічних об'єктів, територіальну структуру господарства, геопросторову організацію систем розселення (особливо це добре видно на "нічних" знімках, коли населені пункти "світяться"), *динаміку* явищ і процесів та ін. Одночасно це дає можливість простежувати, як розміщення господарства на знімках корелюється з розміщенням природних ресурсів (земельні угіддя і географія сільського господарства).

Особливо важливо застосовувати ДМ для дослідження локалізації і поширення *процесів*, зокрема стихійних (захворювання лісів, вимерзання озимини тощо), для *прогнозів* розвитку явищ (наприклад урожайності сільськогосподарських культур). Цей метод тісно пов'язаний з методом картографічного моделювання.

*Балансовий метод* як міждисциплінарний найчастіше застосовується в конкретній економіці. Він визначається як "група розрахункових прийомів для аналізу, прогнозування і планування розвитку динамічних систем з визначеними потоками ресурсів і продукції ("затрати-випуск", "виробництво-споживання", "ввезення-вивезення", а в загальному вигляді - "прибутки-витрати") і детермінованими залежностями між прибутковою і видатковою частинами"<sup>1</sup>.

У фізичній географії обчислюють баланси вологи і тепла, кругообігу речовини. У СГ та економіці визначають такі баланси: трудових ресурсів, міграційний баланс, міжгалузевий баланс виробництва і споживання продукції, баланси палива, електроенергії, транспортний баланс, баланс прибутків і видатків населення та ін.

*Спеціальними* називаються методи, які обґрунтовуються певною наукою і застосовуються головню у ній самій. У СГ це такі методи: галузевий, міжгалузевий, енерговиробничих циклів, ТВК, економічного чи соціально-економічного районування. Передусім розроблена теорія (концепція) кожного методу. Наприклад, теорія ТВК, економічного районування, концепцій міжгалузевих комплексів і енерговиробничих циклів.

*Галузевий метод* (підхід) - це засіб вивчення компонентної (в тому числі компонентно-функціональної) структури ТВК регіону чи національного комплексу. Це традиційний метод, який дає змогу досліджувати передусім склад ТВК і міжгалузевих комплексів за великими галузями, секторами і сегментами. Наприклад, визначається "галузевий" (компонентний) склад району за такими показниками: виготовлення товарної

---

<sup>1</sup>

продукції; головних виробничих засобів; зайнятості. Найширшим є поділ господарства за цими показниками на сфери виробництва і послуг.

А сферу виробництва - на сектори: промисловий, будівельний, сільсько-господарський, транспортний та ін.

*Міжгалузевий метод* (метод міжгалузевих комплексів) застосовується з метою вивчення компонентної і компонентно-функціональної структури ТВК і територіальних соціально-економічних, а також національних комплексів. Від галузевого він відрізняється тим, що окрема галузь тут трактується не як окремий компонент аналізу, а як елемент складнішого утворення - міжгалузевого комплексу.

*Міжгалузевий комплекс* (МК) - це сукупність кількох галузей, тісно пов'язаних як за функцією, використанням ресурсів (зазвичай, природних) і (або) за розв'язанням певної територіальної проблеми. Існують такі МК: агропромисловий, паливно-енергетичний, індустріально-будівельний, транспортний, рекреаційний та ін.

МК виділяється на підставі деяких *типів* зв'язків між галузями. Головні три типи зв'язків:

- послідовної і паралельно-послідовної переробки вихідної сировини (наприклад, агропромисловий, лісовиробничий комплекси);
- на основі виготовлення повністю чи частково заміної продукції (послуг). Це так звані *комплекси однорідних галузей* - паливно-енергетичний, транспортний;
- на основі розв'язання групою галузей певної територіальної проблеми: економічної, соціальної, екологічної та ін. Це так звані *проблемні* МК. Наприклад, міжгалузеві екологічні комплекси формуються, коли на певній території гостро стоять проблеми раціонального використання природних ресурсів та охорони природи.

*Метод соціально-економічного районування* - це застосування відповідних теорій для вивчення територіальної (геопросторової) структури національного комплексу. Згідно з означенням проф. Валентина Садовського, економічний район (ЕР) - це певна відмежована територія, на якій господарське життя в цілому чи певна група господарських явищ зв'язана певною закономірністю. За П. Аламп'євим ЕР - це географічно цілісна територіальна частина народного господарства, яка характеризується своєю спеціалізацією, внутрішньою зв'язаністю і пов'язана з іншими частинами територіальним поділом праці.

Зауважимо, що означення Аламп'єва не бездоганне (див. с. 310311). Однак саме на підставі цього трактування визначалася мережа економічних районів СРСР, і, зазначимо, зовсім не враховувався національний принцип.

Ми запропонували новий підхід до розуміння економічних районів як складових частин природно-господарських зон. Відповідні, соціально-географічні райони є територіальними системами, що функціонують на основі великого демографічного, господарського, культурно-адміністративного ядра - міста-мільйонера, - вплив якого поширюється на

сусідні області. В Україні діє шість таких ядер (Київ, Харків, Донецьк, Одеса, Дніпропетровськ і близький до мільйонної позначки за людністю Львів). Ця теорія викладена у 1994 р.

Отже, сучасна система методів суспільно-географічних досліджень охоплює найрізноманітніші засоби одержання наукової істини. У процесі вивчення конкретного об'єкта (-ів) найчастіше застосовується деяка сукупність методів і прийомів, що дає змогу найповніше і з оптимальними зусиллями досягнути поставленої мети.

*Картографічний метод* - це складання картографічних моделей (окремих карт, їхніх серій, атласів) і одержання нового знання шляхом їх аналізу і перетворення. Це один із найважливіших методів географічної науки.

Початковим етапом методу є складання картографічних моделей - карт. Карта - це передусім *носії* геопросторової інформації (вона має інформаційну місткість), її *зберігач* і *передавач* (канал).

Особливості карти як образно-знакової моделі:

- *двовимірність* мови (текст книги є зразком одновимірної мови);
  - *синоптичність* - одночасне охоплення особливостей території, націленість на спільне, що є в ній;
  - *умовний знак* на карті - це не окремий знак-код, а цілісний образ чи система сигналів, що відображає об'єкт за принципом подібності та географічно локалізованої відмінності.

Картографічне моделювання складається з двох етапів: *перший*: складання карт, їхніх серій, атласів різного типу - аналітичних, синтетичних і комплексних. Кожне конкретне дослідження передбачає складання передусім *тематичних карт*. Порівняно новими проблемами тематичного картографування є складання *карт динаміки, прогнозних і оцінювальних* карт. В останні два десятиріччя - це також проблема екологічного картографування. У процесі складання картографічних тематичних моделей принциповим є їхня *науковість*, тобто відображення у легенді карти певної теоретичної концепції (теорії) картографованих явищ. Легенда карти - це ключ до її розуміння і переходу до другого етапу моделювання;

*другий*: використання карт для одержання нової інформації про явища, які досліджуються. Це відбувається шляхом зчитування (в тому числі автоматичними засобами) інформації, закладеної в карті, її аналізу і перетворення різними способами. Тут користуються візуальним аналізом, картометричними роботами, графічним аналізом, математично-статистичним аналізом, математично-картографічним моделюванням (створення нових карт - статистичних поверхонь, карт *трендових* поверхонь та ін.). З появою комп'ютерної техніки виникла можливість автоматичного зчитування інформації, її аналізу, обробки, перетворення тощо.

Метод аналізу аналогових ареалів (метод ААА) - це вивчення подібних об'єктів шляхом їх порівняння, коли знання про один з них є достовірним. В

основі цього міждисциплінарного методу лежить інший метод (логічний) - *метод порівняння*. У процесі його застосування теж виділяють два етапи.

*Перший:* визначення рис спільності між об'єктом (ареалом), який досліджується, і вже відомим об'єктом. Наприклад, існує достовірна інформація про металургійно-машинобудівний комплекс Донбасу, а нам необхідно вивчити такий комплекс Придніпров'я, який подібний до зазначеного за набором галузей та деякими іншими рисами;

*Другий:* вивчення рис відмінності між об'єктом (ареалом), який досліджується, і вже відомим об'єктом (ареалом). У попередньому прикладі це може бути з'ясування індивідуальних (відмінних) чинників, які вплинули на особливості галузевої структури і становлення особливостей територіальної організації Придніпров'я, відмінностей його зовнішніх функцій від таких самих функцій Донбасу та ін.

## ***Тема 5. Етапи історії розвитку туризму в світі та Україні***

1. Передумови туристичних подорожей і відкриттів. Характеристика подорожей у стародавні та середньовічні часи.
2. Географічні відкриття та подорожі у Новий час. Формування й розвиток організованого та масового туризму.
3. Розвиток світової туристичної індустрії у ХХ ст. Сучасні напрями розвитку туризму світі.
4. Зародження і розвиток мандрівництва на території України. Дослідження території України іноземними мандрівниками.
5. Розвиток організованого туризму на території України. Формування туристичної індустрії України.
6. Діяльність туристичних організацій на території України. Сучасний стан розвитку туристичної галузі в Україні.

Всезростаюча значущість туризму характерна для ХХ - початку ХХІ ст. Його роль зводиться не лише до впливу на економіку, а - чи не найголовніше - до усвідомлення необхідності розвитку зв'язків між народами різних країн світу та для взаємопізнання їхньої історії, культури, традицій. Туризм став послом дружби у міжнародних відносинах.

Сучасні туристичні потоки формуються під впливом чинників, що сягають історією давніх епох. Це пояснюється намаганням людини пізнати навколишній світ, встановити зі сусідніми народами торговельно-економічні, культурні й інші зв'язки. Перші ознаки туризму спостерігаються у глибокій давнині й тісно пов'язані з подорожуванням як головним засобом пізнання довкілля.

Упродовж багатьох віків населення було статичним. Воно здебільшого характеризувалося прив'язаністю до землі, сільського господарства. Минали століття, зростали потреби в нових для проживання територіях. Для їх пошуку цілі племена вирушали в світові мандри, зустрічаючи маловідомі народи, котрі відрізнялися мовою, культурою, традиціями. Дехто з мандрівників описували ці особливості, а матеріали потім використовували для посилення зв'язків між народами. З-поміж середньовічних мандрівників, які описували культуру і побут, наприклад, народів Сходу, вирізнявся відомий мореплавець, венеціанський купець ХІІІ ст. Марко Поло. Зібрані ним матеріали слугували основою для складання географічних карт.

Кінець ХV-друга половина ХУІІ ст. - епоха Великих географічних відкриттів, що посприяло подальшому розвитку торгівлі й мореплавства. Централізовані монархії Європи споряджали експедиції для завоювання нових заморських територій. Усе це ознаменувало зростання рухливості населення світу. Отже, мандрівники упродовж багатьох століть вирушали в дорогу не задля отримання задоволення, а щоби досягти якоїсь мети. Подорожі задля задоволення стали лише тоді популярними, коли з'явилися регулярні пасажирські перевезення, організоване харчування та засоби

розміщення, дія подорожуючих (XVII ст.), коли зникли елементи явного ризику і повсякденних перешкод, які віками були головною перешкодою на шляху подорожуючих.

Після Першої промислової революції (наприкінці X\*УІІІ ст.), подорожі стали популярнішими, але переважно серед заможних верств населення. Однак зауважимо, що переміщення людей відбувалися постійно. Вони були пов'язані з війнами й іншими політичними подіями, з паломництвом до святих місць, пошуком роботи, навчанням. Однак обсяги цих подорожей були незначними.

Масштабне зростання туризму пов'язане з подальшим розвитком світового господарства, ринкових відносин і класичних складових попиту: вільного часу, грошей та споживчих преференцій.

Більшість сучасних дослідників туризму вирізняють чотири основні стадії (етапи) його розвитку<sup>1</sup>, хоча їх терміни можуть дещо не збігатися. Так, англійські вчені Ю. Лікоріш і К. Дженкінс першу з чотирьох стадій пов'язують з тривалим періодом, що охоплює найдавніші часи аж до XVIII ст., а українські дослідники І. Беліков, Л. Устименко й І. Афанасьєв продовжують його майже до середини XIX ст., а точніше - до 1841 р. На наш погляд, його верхня межа збігається з періодом розгортання Першої промислової революції, яка спричинила відчутні зміни у суспільному житті людства - появу парової машини та її практичного застосування.

Отже, назвемо чотири основні стадії (етапи) в історії розвитку туризму.

*Перша* - від найдавніших часів до кінця XVIII - початку XIX ст. Це стадія започаткування розвитку світового туризму.

*Друга* - початок XIX ст. до кінця Першої світової війни - період становлення організованого туризму.

*Третя* - від 1918 р. до кінця Другої світової війни - етап індустріалізації туризму.

*Четверта* - з 1945 р. до наших днів. Пов'язана з масовим розвитком туризму та процесом глобалізації.

Чимало дослідників першу стадію, стадію започаткування туризму, найчастіше пов'язують із розвитком торговельних зв'язків, між окремими містами, країнами, регіонами. Найумілішими торговцями давнини були фінікійці, котрі успішно використовували кораблі для прокладання морських шляхів у невідомі країни, плаваючи вздовж західних берегів Європи, Африки.

Особливий період в історії людства пов'язаний із давньогрецьким мандрівником, ученим, батьком історії Геродотом (бл. 485 р. - бл. 425 р. до н. е.), який описав країни Близького Сходу, скіфські степи, Причорномор'я (V ст. до н. е.). Після Геродота чималий внесок у пізнання світу зробив Пі-фей, об'їхавши береги Західної та Північної Європи у 330 р. до народження Христа, описав для греків ці країни. Уперше назвав Англію Альбіоном (Білим Островом).

Високого рівня досягла рухливість греків у період розквіту міст-держав, зокрема Афін, Дельфи, Епідаври, Олімпії. Починаючи з 776 р. до н.



е., щорічно на Олімпійські ігри сходилися любителі спорту і шанувальники мистецтва не лише з Еллади, а й інших європейських країн. До цього періоду також належить будівництво перших спеціалізованих будівель, в яких могли розміститися атлети та глядачі. Для пізнання світу велике значення мали військові походи Александра Македонського в IV ст. до н. е.

Для пізнання світу чимало зробив давньогрецький географ Страбон (63 р. до н. е. - 20 р. н. е.). Його знаменита "Географія" у 17 книгах стала помітним кроком у пізнанні світу, країн, окремих народів. Клавдій Птолемей доповнив попередніх дослідників-географів новим пізнанням світу.

Після завоювання римлянами Греції відкрився прямий шлях до місць, які вже у ті часи вважалися центром світової культури. Римляни вивчали грецьку мову, філософію, пізнавали пам'ятки культури, а також відвідуючи місця з теплими мінеральними водами та з організованим комфортом у районах Кампанії й Етрурії, Геркулануму. В період Римської імперії виникли державні двори вздовж доріг, де розміщалися на відпочинок кур'єри та державні службовці Риму. Під час таких поїздок римляни вже тоді користувалися дорожніми путівниками.

У ранньому Середньовіччі поширилось релігійне паломництво. Дорогою до святих місць паломники використовували для відпочинку монастирі, церкви, постоялі двори. Найвідомішими центрами релігійного туризму на Святій землі були Єрусалим, Назарет, Вифлієм, монастирі Келюші, Лурд, а також святиня мусульман - Мекка та ін.

Значно розширили пізнання світу арабські мандрівники УП-ХІ ст. Найвідомішим був купець із Басри - Сулейман, який побував у Китаї, Індії й інших країнах світу і залишив цікаві спогади.

Вагомий внесок у пізнання географічного простору зробили морські відкриття в VIII-IX ст. північними народами, зокрема норманами, котрі під час походів одночасно захоплювали прибережні міста, поселення, захоплювали купецькі судна. Їх на наших землях називали варягами.

В епоху Київської Русі особливо тісними були контакти наших пращурів із країнами Західної Європи та Візантією, що й вплинуло на доленосне рішення про прийняття християнства на Русі-Україні. Це допомагало через посередництво священнослужителів, перекладачів, ремісників підтримувати тісні зв'язки і з Візантією, і з багатьма іншими країнами Європи.

У Середньовіччі масове переміщення людей спостерігалось під час христових походів. Це давало змогу не лише завойовувати нові території, а й пізнавати їх, розширювати ринки збуту, закуповувати нові товари. Детальні описи цих країн і народів залишили такі відомі мандрівники, як Афа-насій Нікітін і вже згадуваний нами Марко Поло.

Важливою віхою у розвитку туризму стало використання мінеральних вод, грязей з лікувально-оздоровчою метою, їх застосування з давніх-давен засвідчують археологічні розкопки, описи в Біблії, наприклад, про використання священного озера Бенарес під Єрусалимом з лікувальною метою. У Стародавньому Єгипті лікувальні властивості мінеральних вод

використовували жерці, чим і примножували багатства місцевих храмів. Дещо пізніше задля лікування та паломництва використовували священні джерела, озера і навіть річки (Індія, Стародавній Китай, Персія).

Про рекреаційно-туристичну діяльність у сучасному розумінні цього слова, - зазначає В. Мацола, - ми можемо говорити лише в Древній Греції та Стародавньому Римі. У цих країнах сформувалися спеціальні центри з цінними природними рекреаційними ресурсами, які надавали широкий асортимент рекреаційних послуг: купання, пиття, гарячі ванни, натирання, лікування, побутові послуги і т. д. Особливо популярними у Давній Греції були гарячі джерела на о. Євбел, де для їх використання зводилися спеціальні будівлі. Тут їхні власники за відповідну платню здавали будинки прибульцям для лікування.

У Стародавньому Римі чудовими місцями оздоровлення були курорти Байя, Аква-Альбула, приморська кліматична місцевість Сенціо, а також о. Капрі на південь від материкової Італії, що й донині вважається одним із найпривабливіших туристичних центрів Європи.

Лікувальні мінеральні джерела та місцеві кліматичні умови вміло використовували й на американському континенті, зокрема ацтеки в Мексиці й інки в Південній Америці. В епоху Візантійської імперії з лікувально-оздоровчою метою послуговувалися деякими місцевостями на берегах і островах Мармурового й Егейського морів, а також береги протоки Босфор. У XII ст. широкої популярності набули мінеральні джерела Франції та Італії. У XIV ст. виник курорт Карлсбад (тепер Карлові Вари). У цей час став популярним курорт Баден-Баден на території південно-західної Німеччини.

Із зародженням курортів встановився режим лікувальних процедур. Від середини XVI ст. у Карлсбаді вперше запроваджено податок із пацієнтів. На початку XVII ст. у Франції вже існувала курортна інфраструктура, створена для нагляду за курортами, їх експлуатацією. Такі ж установи виникли у Великій Британії, Швейцарії<sup>5</sup>.

У цьому ж періоді (кінець XVII ст.) у французькому лексиконі з'явився термін "турист". Ним називали представників привілейованої знаті, котрі з цікавості відвідували зарубіжні країни. Особливо посилювався інтерес до Італії, античних пам'яток Риму, Флоренції й інших міст. Із відкриттям Помпеї (XIX ст.) Італія перетворилася на провідну туристичну країну Європи.

Розвиток туризму суттєво пришвидшився у XVIII ст., коли виникли морські курорти, створивши моду на купання у морській воді. Перші великі готелі на таких курортах були відомі у Великій Британії, а згодом у Франції й інших країнах. Спочатку на морських курортах відпочивали найбагатші відвідувачі. Зі зростанням добробуту, клієнтами таких закладів ставали представники середньої верстви. Масові подорожі задля особистого задоволення розпочалися наприкінці XVIII - початку XIX ст.

Отже, подорожі, здійснювані до кінця XVIII ст., не можна вважати туризмом у сучасному розумінні. Їх потрібно розглядати як стадію започаткування сучасного туризму.

Друга стадія, яку ще називають «залізничною ерою» пов'язана з першим вибухом великого попиту на подорожі та їх впливом на суспільні звички й економіку країн. Зростання швидкості переміщення за допомогою пароплавів і потягів, а також збільшення кількості населення та його фінансово-економічних можливостей створили помітний туристичний ринок. З'явилися подорожі, а з ними - туристичні центри з туристичною торгівлею, агентами, туроператорами, котрі пропонували організовані тури, турпакети і навіть туристичну літературу. На перший погляд, мало що змінилося й сьогодні, але координація транспортних планів і туристична політика тоді була обмеженою або, радше, недосконалою.

Перша пасажирська залізниця відкрилася в Англії 1830 р. Згідно з даними дослідників, зокрема англійських авторів Ю. Лікоріша та К. Дженкінса, вже 1841 р. Т. Кук запровадив на залізниці перший пакетний тур, здійснивши масову прогулянку (570 осіб) із Лейстера до Лафборо. Він активно розпочав новий напрямок бізнесу. Заслугою Т. Кука було і те, що він зайнявся організацією всіх складових подорожі - транспорту, розміщення, обслуговування на місці перебування, створюючи справжній туристичний продукт і задовольняючи специфічний ринковий попит. Він винайшов суттєву послугу - туристичний пакет. Винахід підприємливого англійця почали впроваджувати в усьому світі, але насамперед у 40-50-х роках ХІХ ст. - у промислово розвинутих європейських країнах.

Т. Кук докорінно змінив ставлення до подорожі - від необхідної, інколи далекої, пов'язаної часто з пошуком роботи або з метою навчання, до організованої розваги та нового розуміння самого відпочинку. Сучасники цінували його не лише за науку організації туризму, а й за рекламну діяльність, за видані ним туристичні путівники. Він першим організував міжнародні поїздки (тури) з Англії до материкової Європи, зокрема на Всесвітню виставку в Парижі (1851 р.), а з 1856 р. - до інших європейських держав. Від 1865 р. Т. Кук почав використовувати судна для круїзних поїздок англійських туристів до Північної Америки, зокрема США. У 1882 р. було здійснено першу кругосвітню подорож.

У 1867 р. відбувся п'ятимісячний вояж до святих місць (Палестини) разом із Марком Твенном, напевне, перший круїз по Середземному морю. Вартість такої поїздки для пасажира становила 1200 доларів. Тоді це була величезна сума, яку оплатити могли лише представники найбагатших верств населення.

Розширення попиту на туристичні послуги пов'язано не тільки із підвищенням життєвого рівня населення, а й із розвитком залізничного транспорту, судноплавства, зв'язку, машинізацією виробництва, поширенням реклами та сервісного обслуговування.

Організовані поїздки стимулювали будівництво великих готелів у містах біля вокзалів і на популярних курортах. Попит на туристичні послуги стимулював розвиток курортів, що ґрунтувалися на використанні мінеральних джерел, грязей. Це відбувалося доти, доки поїздки до моря не зумовили бурхливого зростання середземноморських центрів, таких як

Ніцца, Канни у Франції та ін.

Готельні компанії на межі XIX-XX ст. зайнялися будівництвом не окремих будівель, а готельних ланцюгів, надаючи відпочиваючим організовані харчувальні, лікувальні послуги і под.

На розвиток туризму значно впливали самодіяльні туристичні клуби, товариства, які з'явилися у другій половині XIX ст. Вони розробляли маршрути, дбаючи про забезпечення туристів необхідним комфортом. Перший такий клуб виник у Великій Британії (1857 р.), згодом - в Австрії (1862 р.), Італії, Швейцарії (1863 р.), Німеччині (1869 р.) та в інших країнах Європи й світу. Посиленню привабливості туристично-оздоровчих центрів сприяла започаткована реклама і маркетингова діяльність. Так, у Монте-Карло 1914 р. було відкрито ралі, щоб активізувати міжсезонну туристично-відпочинкову діяльність. У свою чергу готельні компанії зорганізували виставку автомобілів старих марок. Це відбулося передусім у Лондоні та Брайтоні.

Трансатлантичні подорожі, які з 60-х років XIX ст. почали називати грандтурами, були змотивовані пізнанням культурної спадщини, допитливістю населення. Кількість подорожей на американський континент поступово зростала, зокрема до її північних країн. Це спричинило заснування нової компанії Wells Fargo, Рух пасажирів з Великої Британії та Європи до Америки разом із мігрантами в 1910- 1914 рр. перевищив щорічно 1 млн осіб<sup>7</sup>.

Фактично сучасний туризм за формою і змістом з'явився напередодні Першої світової війни. Інтенсивний розвиток туризму в XIX ст. привів до заснування 1898 р. Міжнародної ліги туристичних асоціацій зі штаб-квартирою у Люксембурзі, яка 1919 р. була перетворена на міжнародний туристичний альянс, який існує дотепер і об'єднує понад 140 країн світу.

Третій (міжвоєнний) період порівняно короткий; він тривав від 1918 р. до 1945 р. Його ще називають етапом індустріалізації туризму. Цей період мав найбільшу вагу - був уражений головними світовими рецесіями (кризами) 30-х років. Після Першої світової війни туризм відновився порівняно швидко, хоча війна не минула безслідно. Вона принесла очікувані зміни, що вилилося у зацікавленості в мирі та взаєморозумінні між народами, підвищенні активності руху за емансипацію жінок тощо. Другим важливим чинником на шляху розвитку туризму були технічні вдосконалення, пришвидшені потребами воєнного часу. Так, ефективнішими стали автомобілі й автобуси, завдяки чому туроператори могли забезпечити для туристичних потреб комфортніший і дешевший транспорт. Авіація стала практичнішим засобом доставки. Це був початок ери мобільності й комунікацій, що значно впливало на розвиток туризму в усіх країнах світу.

Поступово зростала й кількість закордонних подорожей за участю представників середньої верстви. Це спостерігається в Європі й Америці. Спеціалісти оцінюють згаданий період розвитку туризму як репетицію для злету туризму після Другої світової війни. Адже, як уже згадувалося, світова криза 30-х років визначально вплинула на обмеження розвитку туризму,

зменшення обсягів трансатлантичних перевезень. Це особливо простежувалося в Німеччині й Італії. Вони з-поміж європейських країн мали чи не найбільші економічні труднощі. Події позначилися і на Великій Британії. Якщо в 1930 р. подорожі з Англії до Австрії налічували 1,8 млн осіб, а до Швейцарії майже 1 млн, то в період кризи ці потоки зменшилися на половину і навіть більше. Ще відчутнішого удару зазнав туризм під час Другої світової війни. Але шлях до революційних змін у розвитку туризму, незважаючи на світову кризу і Другу світову війну, вже було визначено. Подорожі й відпочинок для мільйонів жителів планети ставали невід'ємною частиною їхнього життя.

Четвертий період - стадія масових подорожей - розпочинається від 1945 р. і триває дотепер. На цьому етапі впроваджується науково-технічна революція, яка зреалізувалася зростанням добробуту всіх верств населення світу, збільшенням доходів та вільного часу, що вплинуло на спосіб життя і поведінку людей. Масштаби цих змін виявилися величезними.

Масове зростання подорожей найперше розпочалося у розвинутих країнах світу. Цьому сприяли розвиток засобів зв'язку, транспорту й інших форм комунікацій, зокрема телебачення, котрі підсилювали економічні чинники розвитку туризму, а також інтерес населення до атракцій чужоземних країн. Склалася така ситуація, що закордонні поїздки в розвинутих країнах переважили інтерес до вітчизняного турпродукту або відпочинку вдома.

Загалом населення багатих країн світу стало значно мобільнішим завдяки збільшенню кількості автомобілів - зі 100 млн у 1970 р, до 650 млн у перших п'ять років XXI ст. Причому на приватні автомобілі припадає майже 4/в наземного транспорту. Приватний автомобіль став найважливішим засобом переміщення до місць відпочинку - 58 % загальної кількості перевезених.

Залізничний і громадський транспорт (автобусний) на цій стадії розвитку туризму, зокрема в розвинутих країнах, втратили визначальну роль, але зросло перевезення туристів на регулярних рейсах повітряним транспортом. З другої половини 80-х років XX ст. з'явилися перевезення нерегулярними рейсами (чартерні послуги). На них припадало до 1/6 від всього перевезення відпочиваючих повітряним транспортом у світі й понад 50 % на європейських рейсах.

Швидкому та масштабному розвитку повітряного пасажирського транспорту після війни сприяли революційне впровадження багатомісних літаків і вища ефективність устаткування, що зумовило суттєве скорочення часу перельотів та зниження реальних цін. Чартерні рейси найінтенсивніше використовували туроператори європейських країн. Масштаби розширення туристичних перевезень повітряним транспортом, за даними СОТ, уже в середині 90-х років сягнули майже 600 млн осіб, а 1960 р. налічували всього 69 млн. Загалом обсяг туристичних прибуттів від 1950 р. до 2008 р. зріс майже в 35 разів, становлячи у 2008 р. 924 млн осіб. Причому найбільша частка припала на Європу, що дорівнювало від загального обсягу

міжнародних прибуттів, відповідно, 66,4% та 52,8%. Із розширенням загального обсягу поїздок туристичні потоки змінили свій напрямок. По-перше, подорожі на великі відстані зростали швидше, ніж на короткі. По-друге, почали масово здійснюватися відпочинкові поїздки північних індустріальних міст до сонячних південних берегів. Більшість турпотоків упродовж 50-х років ХХ ст. за характером стали спеціалізованішими. Значно зросли культурні й освітні поїздки. Розвинувся спортивний туризм, поїздки з відвідуванням друзів, знайомих, родинних місць (сентиментальний туризм).

Наприкінці 80-х років масовий рух із холодніших північних широт до теплих південних пляжів Середземномор'я дещо послабився, зокрема в Іспанію. Це відбулося внаслідок зміни попиту. Натомість із південних країн - Іспанії, Італії та інших значна частка приросту туристів у Європі припала на подорожі до прохолодніших північноєвропейських країн. Одночасно надійне повітряне сполучення в світі посприяло перерозподілу міжнародних потоків на користь передусім Азійсько-Тихоокеанського макрорегіону. Якщо їх частка у 1980 р. від загальної кількості прибуттів у світі становила 8,3 %, 1990 р. - 12,8, 2000 р. - 16,0, 2005 р. - 19,3, то у 2008 р. - 20,3 %<sup>10</sup>.

Зауважимо також, що на розвиток туризму безпосередньо впливають світові рецесії. Скажімо, перша у післявоєнний період так звана енергетична криза (1974 р.) вплинула на суттєве зменшення трансатлантичних подорожей до Європи. На щастя, відродження поїздок відбулося за достатньо короткий період. Під час другої рецесії (1981 р.) відбувся відчутний економічний спад, що вплинуло на загальні показники туристичних прибуттів. Так у 1982 р., порівняно з попереднім, кількість міжнародних туристів у світі зменшилася на 1,7 млн, причому середньорічні темпи зростання у 80-х роках становили понад 3 млн осіб.

Економічна криза 1991 р. пов'язана з війною у Перській затоці. Вона суттєво позначилась на певних структурних змінах в світовому господарстві: відбувся спад обробної промисловості, а це спричинило збільшення безробіття, відтак негативно вплинувши на зростання туризму, зокрема в Європі. Загалом 90-ті роки були періодом стабільних темпів зростання - від 439,5 млн осіб міжнародних туристів 1990 р. до 639,6 млн осіб 1999 р.<sup>11</sup>

Світова економічна криза, розпочавшись у другій половині 2008 р., ще не дає нам підстав розглядати її наслідки, але цілком зрозуміло, що її вплив на розвиток туристичного руху в світі буде негативним.

В останні десятиріччя традиційні групові поїздки за межі своєї країни в Європі та й у Північній Америці почали масово здійснюватися на власних автомобілях. Це призвело до зменшення тривалості подорожей (максимум до п'яти ночей), зате виявилася нова тенденція - збільшилася частота виїздів-подорожей. Це поліпшило, тобто злагодило сезонність у туризмі. З тих пір (кінець 80-х років ХХ ст.) сезонність у багатьох країнах, котрі приймають туристичні потоки, почали розглядати не як непереможену економічну, а як маркетингову проблему.

Загалом упродовж першої половини четвертого періоду розвитку туризму спостерігалось екстенсивне зростання відпочинку, кількості

туристичних підприємств та обсягів наданих ними послуг. Починаючи з 80-х років, з одного боку, масовий конвеєрний туризм (так його називає В. Сапрунова), трансформувався в масовий диференційований, що зумовлено різноманітністю потреб і мотивацій туристів, тобто поширенням вузькоспеціалізованих сегментів у туристичному попиті, різноманітністю пропонованих послуг, вираженою спеціалізацією туристичних послуг<sup>12</sup>. З іншого боку, на розвиток масового туризму почали впливати нові чинники - якість послуг, економічний стан навколишнього середовища і навіть політична ситуація. Отже, на останньому етапі четвертого періоду розвитку туризму відбувся перехід від ринку виробника до ринку споживача послуг, що вимагає їх гнучкості задля задоволення не лише потреб представників еліти та середньої верстви, а й населення з низьким рівнем доходів.

Туризм в Україні пройшов такі ж етапи розвитку що і в світі. Причому як пишуть В. Федорченко і Т. Дьорова, прототипом їх було мандрівництво<sup>18</sup>.

Перший період розвитку туризму в Україні пов'язаний з мандрівництвом від найдавніших часів. Наприклад, Геродот, про якого ми вже згадували у четвертій частині 9-томної історії, описує Північнопричорноморські степи України, населені тоді скіфами: "їхня країна рівнинна і рясніє травою, і зрошується водою багатьох річок, яких стільки, скільки каналів у Єгипті. Я назову ті з них, які найбільш відомі і судноплавні від самих своїх джерел. Це Істр (Дунай), що має п'ять гирл, а потім Тірас (Дністер), Тіпаній (Південний Буг), Борисфен (Дніпро).

Страбон у 17-томній праці "Географія" описує життя і побут племен Північного та Східного Причорномор'я, їхнє господарство, відображає існуючі тоді зв'язки з давньогрецькими містами. Найбільше відомостей подає про Босфор і Херсонес.

У добу Середньовіччя витоки вітчизняного туризму найінтенсивніше виявилися за існування Київської Русі. Писемні джерела засвідчують, що Руська Земля була багатою державою: мала, як на цей період часу, розвинуте сільське господарство. Землеробство, садівництво, бджільництво, ремесло і промисли дивували іноземних гостей, котрі заїжджали на ці землі. Давньоруські ремісники досягли високої майстерності в ливарній справі, центрами яких були Київ, Львів, Володимир, Галич, Холм. Дотепер у кафедральному храмі Святого Юра у Львові зберігся дзвін-велет, вилитий місцевим майстром Яковом Скорою 1341 р. Поширеним на Русі-Україні було кування та карбування, кравецтво, обробка кістки та каменю. Успішно розвивались будівельна справа й архітектура.

Вагоме місце у житті й обороні краю посідали давньоруські міста, які здебільшого були не лише ремісничо-торговельними осередками, а й адміністративно-політичними центрами окремих земель. Саме до них належав Київ - столиця Русі-України. Літопис "Повість минулих літ" налічував в IX-X ст. 20 міст, у тому числі Чернігів, Переяслав, Любеч, Вишгород та ін. У X ст. літописці згадують 32 міста, в XI ст. - близько 60, а в XIII ст. їх уже налічувалося майже 300. У XII-XIII ст. великим містом

вважався Галич - центр Галицько-Волинської держави.

У XIV-XV ст. (період урбанізації Європи) Київ мав провідне значення в господарському житті Центрально-Східної Європи. У цей час на західних землях зростає значення м. Львова як ремісничого, адміністративного й оборонного центру.

Упродовж XIV-XV ст. в Україні споруджено низку оборонних замків. Деякі з них збереглися дотепер. Замки переважно будували з дерева. Кам'яними були Кам'янець-Подільський, Хотинський, Меджибіський, Жванецький і замки Скали, Смотрича на Поділлі та Луцька на Волині<sup>1\*</sup>.

Важливим джерелом пізнання нашого краю в епоху Середньовіччя стали описи подорожей арабських мандрівників територією України або здійснені описи наших територій з уст українських купців. Адже торгові зв'язки купців-русичів були інтенсивними з Хазарським Каганатом, Великим Булгаром, Середньою Азією, арабським Близьким Сходом та ін. Письмові джерела засвідчують, що руські купці в X- XII ст. жваво торгували з Чехією, Польщею, Придунайськими країнами, підтримували торговельні зв'язки з Німеччиною, Францією, Італією, Іспанією.

Про Русь-Україну залишилися літературні згадки чи описи арабських письменників VII-Хет., зокрема письменника перського походження Ібн-Хордадбега ("Книга шляхів для пізнання держав"), написана в 60-70 роках IX ст. Арабський мандрівник Аль-Масуді (20-50 роки X ст.) наводить докладні географічні й етнографічні відомості про слов'ян, котрі заселяли нинішні українські землі, причому констатує: одні з них були християнами, а інші поклонялися сонцю.

Серед перших європейських мандрівників, котрі відвідали Русь-Україну, називають німецького мандрівника Бруно з Кверфурта, який зустрівся у Києві з Володимиром Великим і користувався його щирою прихильністю.

Єпископ Тітмар з Мерзебурга (978-1018 рр.) згадує про Київ - велике і багате місто, де налічувалося понад 400 церков і 8 ринків, а люду незчисленна сила. З-поміж середньовічних іноземних мандрівників, котрі подорожували і відвідували Україну (XIII ст.), були італієць П'єтро Карпіні та фламандець Віллена Рубрука. І на відміну від П. Карпіні, який проїхав усю територію нинішньої України зі заходу на схід, В. Рубрук перетнув лише Крим та Приазов'я. У 1253 р. він морем прибув до Криму й описує його великі солоні озера Криму, звідки сіль вивозили у всі кінці узбережжя Чорного моря.

Отже, як засвідчують згадані описи, в X-XIII ст. мандрівників приваблювали не лише центральні райони Київської Русі, а й південні - сучасна Степова Україна і, безумовно, колоритний Крим. Щоправда, в часи татарської навали (XIII ст.) територія України менше приваблювала мандрівників.

Значно частіше Україну відвідували європейські мандрівники, котрі подорожували зі Заходу та Півдня на Схід



Збереглися описи посла Венеціанської республіки А. Контаріні після його подорожі у 1437 р. Україною, Грузією, Московією. Географічне положення України добре описав відомий німецький дипломат З. Герберштайн, "дорадник чотирьох цісарів".

Захопливий щоденник подорожі М. Литвина, литовського дипломата в Кримському Ханстві, який 1550 р. мандрував Україною. Не залишили поза увагою європейці й української вольниці - Запорозької Січі. Її описав 1594 р. посол німецького імператора Е. Лясота.

Один із найдокладніших описів Козацької України є щоденник подорожі П. Алеппського, який подорожував нашими землями в 1654 і 1656 рр. Він змальовує нашу Батьківщину як "прекрасну країну, що повна мешканців і замків, як гранатне яблуко зерен". Зацікавленість Україною європейцями зростала. Це підтверджує "Опис України", здійснений французьким інженером Гійомом де Бопланом (середина XVII ст.), який перебував на військовій службі в польського короля. Він детально розповів про побут і звичаї українців, а карта тодішньої України, створена ним, стала неоціненним джерелом і для сучасних історико-краєзнавчих досліджень. Ще один француз Ж. Шарден у другій половині XVII ст. здійснив три подорожі до країн Сходу. Його записи, пізнавальні малюнки пізніше ввійшли до тематичного туристичного атласу. Територія України, частково відображена на "Карті узбережжя Чорного та Азовського морів", виконана особисто Ж. Шарденом 1672 р. Матеріали його подорожей видані у вигляді гравюр і вміщені в атласі. Зауважимо, що саме таким способом відтворено гравюру А. Гогенберга, виконану за рисунком А. Пассароті, де зображено панораму Львова, призначену для атласу "Опис відомих міст світу" (Кельн, 1618 р.).

З-поміж цікавих записів про Україну варто згадати німецького мандрівника Ульріха фон Вердума, який подорожував українськими землями у 70-х роках XVII ст. Його "Щоденник" містить цікаві відомості про Волинь і Поділля.

Важливою складовою туристичної сфери є готельне господарство, тому доцільно простежити історію його розвитку в Україні. Праобразом перших готелів на Русі-Україні були заїзні двори, розташовані на відстані кінного переходу один від одного. У великих містах будували гостинні двори, які, окрім об'єктів розміщення та харчування, мали крамниці, склади. Такі споруди з XV ст. створювали при поштових станціях, а також на торговельних шляхах, котрими проходили купецькі каравани з Польщі, Кримського Ханства, Туреччини, Молдови, Греції, Угорщини та країн Західної Європи.

В Україні століттями будували корчми вздовж торговельних і чумацьких шляхів. Тут спритні підприємці не лише торгували горілкою, а й надавали нічліг подорожуючим, охорону кінним упряжам.

На Козацькій Січі (о. Чортомлин) у другій половині ХУІІ ст. біля Дніпровського порту був розташований "Грецький дім" - приміщення для іноземних послів і купців. Це засвідчує існування цивілізованих торговельних та політичних зв'язків Запорозької Січі зі зовнішнім світом.

Подорожуючи Україною 1769 р. німецький просвітител-мандрівник Г. Гердер був захоплений її красою, природою, культурою і духовним багатством народу, що проживав на цих землях: "Україна стане Новою Грецією - гарне небо над людьми, її грайлива вдача, співуча душа, її родючі землі колись розквітнуть: з багатьох народностей виникне колись могутня розвинута нація, як це сталося і з Грецією, її терени сягнуть Чорного моря, а звідти поширяться на весь світ"<sup>19</sup>. Ці слова Гердер опублікував у "Нотатнику подорожуючого", в якому європейський читач відкрив для себе новий та загадковий світ Східної Європи, краю, що манив таємничістю почуттів.

Другий період розвитку туризму в світі, пов'язаний із розвитком індустріального суспільства, сприяв перетворенню стихійного мандрівництва на організований туризм. Специфікою України було те, що вона, як і в попередні чотири століття, залежала від геополітичних сусідів: на початку ХІХ ст. - від двох великих імперських держав - Росії й Австрії. Тому характер туризму в цей період дуже нагадував процеси, що відбувалися в Російській імперії загалом: поступово розвивалися транспортна інфраструктура, музейна справа, споруджувалися готелі. На межі ХІХ-ХХ ст. прогресувало краєзнавство. Основною причиною такого поступу став загальноєвропейський процес науково-технічного прогресу та прискорений на його базі соціально-економічний розвиток України.

Вигідне географічне положення, значна історико-архітектурна спадщина та високий адміністративний статус Києва у ХІХ ст. сприяли перетворенню його на вагомий туристичний центр Європи, хоча для цього, як зазначають Л. Устименко й І. Афанасьєв, не вистачало готелів, закладів харчування та розваг для туристів. Транспортна інфраструктура тільки почала набувати сил. Регулярні залізничні рейси Києва зі зовнішнім світом встановилися в 1889 р.<sup>20</sup>

Першим великим готелем Києва того періоду дослідники вважають "Зелену гостиницю". Готель збудований у 1803- 1805 рр. Він належав Лаврі. На межі ХІХ- ХХ ст. Київ уже мав стільки місць у готелях, що їх цілком вистачало для заможних туристів.

З організацією "Підприємства громадських подорожей в усі країни світу", створеною в Петербурзі 1885 р., почали виникати подібні організації в інших містах імперії, наприклад, в Одесі - Кримський гірський клуб (1890 р.) із філіями в Ялті та Севастополі, а 1895 р. - Ялтинське екскурсійне бюро. У 1901 р. було створено Російське товариство туристів із відділеннями у Києві, Харкові, Полтаві, Катеринославі, Кам'янці-Подільському, Одесі. Воно у перші роки діяльності вступило до Міжнародної ліги туристичних товариств.

Уведення західноукраїнських земель до Австрійської імперії (1772 р.) посприяло впорядкуванню вже відомих на той час курортних місць. Так, 1778 р. було відкрито санаторії "Любінь Великий", а 1870 р. - курорт "Шкло". У Не-мирові 1814 р. почала працювати спеціальна бальнеолікарня і гостьовий пансіонат<sup>21</sup>. Відкриття курорту "Трускавець" відбувалося 1827 р. Перший лікувальний санаторій у Мор-шині з'явився 1876 р.

На Закарпатті цілеспрямована розбудова бальнеорекреації та її інфраструктури припадає на період перебування у складі Чехословаччини (1919-1938 рр.).

Розвиток туризму безпосередньо пов'язаний зі зростанням мандрівництва. Цьому сприяло також посилення інтересу серед української інтелігенції до вивчення історії та культурної спадщини свого народу. З-поміж перших мандрівників були члени "Руської трійці" - народні просвітителі Я. Головацький та І. Вагилевич<sup>22</sup>. Останній вивчав життя автохтонних мешканців Українських Карпат - бойків, гуцулів, лемків. Дослідниками краю також були батько Микола та син Корнило Устияновичі, І. Нечуй-Левицький, А. Могильницький, А. Петрушевич, В. Шухевич та інші. Постійно подорожував О. Партицький, який через сторінки свого часопису "Газета шкільна" (1878 р.) закликав галичан зайнятися вивченням рідного краю, прокласти нові маршрути відпочинку для львів'ян, переймаючи досвід таких європейських міст, як Краків, Відень.

Особливий внесок у розвиток туристики зробив І. Франко. Його праця "Галицьке краєзнавство" дотепер слугує українській краєзнавчій науці, хоча написана наприкінці XIX ст. (1892 р.). "Наука краєзнавства... даючи тим самим кожному, навіть найменш заможному і найменш підготовленому, змогу докладно ознайомитися зі своїм краєм і усією батьківщиною, з її географічним положенням, ґрунтами, кліматом, шляхами сполучення, містами, людьми, суспільним устроєм, історією, пам'ятками і т. д. Наскільки таке ознайомлення корисне, не треба доводити. - зазначає І. Франко. - Адже ж це перший ступінь, перша прикмета раціональної освіти - знати своє найближче оточення, знати минуле і сучасне свого народу і відчувати себе живим і свідомим членом живого, свідомого і об'єднаного організму"<sup>23</sup>. І. Франко 1883 р. організував "Кружок для устроювання вандрівок (мандрівок. - С. К.) по ріднім краю". Його як знавця Карпатського краю у 1904 р. ввели до складу міжнародної експедиції Товариства австрійської етнографії для дослідження Бойківщини. Результати подорожей опубліковані. Ці й інші матеріали стали основою для розвитку в Галичині туристичної справи - пізнавального та оздоровчих його видів.

У розвиток туризму на західноукраїнських землях важливу сторінку вписали численні туристичні, краєзнавчі та спортивні товариства. Туристичною діяльністю зацікавилася українське спортивне товариство "Сокіл", українське товариство "Чорногора" (1910 р.), польське товариство "Татранське". Усі вони надавали методичну та практичну допомогу в здійсненні мандрівок, пізнанні Карпат, Альп, Татр. Однак еволюційний поступ туризму перервала Перша світова війна.

У третій міжвоєнний період розвитку туризму в Україні туристично-краєзнавча робота на західноукраїнських землях, завойованих тоді Польщею, швидко відновилася. У 1921 р. професор І. Крип'якевич заснував "Кружок любителів Львова". За його допомогою організовували перші науково-пізнавальні мандрівки Львовом та його околицями. У 1922 р. відновило

роботу туристичне товариство "Чорногора", яке продовжило використовувати туристичне краєзнавство для національно-патріотичного виховання української молоді.

Вагомий внесок у розвиток туризму зробило краєзнавче українське туристичне товариство "Плай", зорганізоване 1924 р. у Львові. Воно популяризувало пам'ятки природи та культури засобом туризму, розробляло туристичні маршрути рідним краєм. У такому ж напрямі діяли товариства "Сокіл", "Січ", "Луг" та ін.

У 30-х роках почали зароджуватися перші об'єкти туристичної інфраструктури - "захисти", які чимось нагадували сучасні турбази. З'явилися дитячо-юнацькі пластові табори й агрооселі - літниська для самодіяльних туристів, що формувалися з української інтелігенції. З метою безпеки мандрівників та відпочиваючих, зокрема на лещатар-ських (лижних) маршрутах, організовували службу охорони. Відомими центрами гірськолижного туризму стали курорти Славське, Розлуч, Сянки. Виникли лижні витяги на горах Тростян, Високий Верх, Ільза, Кичера. Центрами сільського зеленого туризму були с. Криворівня, присілок Ярем-ча - Дора, Космач, Сколе, Гребенів, Славське, Розлуч, Тухля, Болехів, Рожнятів, Жаб'є (Верховина), Ворохта, Микуличин, Вижниця, Воловець, Рахів.

У Центральній та Східній Україні, які ввійшли до складу СРСР, туристична справа розвивалася по-іншому. Якщо у 20-х роках система туристично-екскурсійних закладів формувалася на базі національно-культурного відродження, то в період сталінського деспотизму, що утвердився в Україні наприкінці 20-х років, вона зазнала грубого ідеологічного впливу партійних і державних органів. Хоча зауважимо: у 20-х роках були відкриті перші будинки відпочинку. В 1928 р. був заснований Одеський науково-дослідний інститут курортології, який розпочав діяльність із вивчення рекреаційних ресурсів України з метою використання їх для лікування найрізноманітніших захворювань.

Управління туризмом в Україні підпорядковувалося Товариству пролетарського туризму, створеному в РРФСР. В Україні діяло його відділення.

У 1930 р. було створено Всесоюзне добровільне товариство пролетарського туризму та екскурсій. У середині 30-х років його, як і всі інші добровільні туристичні товариства, що існували в країні, ліквідували Постановою уряду. Керівництво самодіяльним туризмом було передано Всесоюзній раді фізичної культури при Центральному виконавчому комітеті СРСР. Водночас організацію туризму та екскурсій було передано Всесоюзній центральній раді професійних спілок, а в її структурі створено підрозділ Туристично-екскурсійне управління. Отже, в сфері туризму країни практично було запроваджене державне управління. Друга світова війна перервала цей процес.

Із завершенням Другої світової війни, яка завдала відчутної шкоди туристичній інфраструктурі, Україна ввійшла у четвертий етап світового розвитку туризму.

Туризм в Україні ще довго перебував у занепаді. Лише у 60-х роках держава виявила інтерес до його подальшого розвитку, зокрема тоді, коли в 1965 р. на рівні областей були створені профспілкові ради з туризму та екскурсій, підпорядковані Українській республіканській раді з туризму та екскурсій. Туризм в Україні продовжував розвиватися на профспілковій і відомчій основі. Профспілковим туризмом керував "Укрпрофтуризм", а іноземним - монополюючо займався "Інтурист" і "Супутник", який відповідав за розвиток міжнародного молодіжного туризму.

З 70-х років туризм в Україні поступово перетворюється на галузь сфери послуг із достатньо розвинутою інфраструктурою. Однак найбільшим недоліком туристичної сфери було безпосереднє втручання в їх діяльність керівних органів комуністичних і профспілкових організацій.

Починаючи з кінця 80-х і в перші роки незалежності молода Українська держава зустрілася з чималими труднощами в розбудові власної туристичної галузі - погіршувалася матеріально-технічна база туризму, здійснився відплив коштів за кордон. Унаслідок цього в 1989-1992 рр. держава втратила майже 80 % валютних надходжень від іноземного туризму<sup>26</sup>.

Відродження туризму здійснюється поступово. Важливим кроком у створенні правових засад туристичної діяльності та його розвитку стало прийняття Верховною Радою України 15 вересня 1995 р. Закону України "Про туризм", який визначив конкретні завдання розвитку сфери туризму. Розпочався новий етап, пов'язаний із розбудовою приватних туристичних підприємств, які поєднують діяльність не лише з отриманням високих прибутків, а й з намаганням досягти якісних показників в обслуговуванні своїх клієнтів. Туризм перетворився на засіб формування ринкового механізму економіки. Від його діяльності почали надходити значні кошти до державного бюджету, він дав змогу раціонально використовувати вільний час громадянам і став вагомим чинником вивчення історії рідного краю та культурної спадщини українського народу.

На початку XXI ст. туристична галузь практично відновила попередні потужності й почала відігравати важливу роль в економічній діяльності України, виробляючи до 8 % ВВП і склавши 20 % зовнішньоторговельного обігу України. Туристична галузь забезпечила роботою 1,58 млн українців<sup>27</sup>.

На законодавчому рівні 18 листопада 2003 р. Верховною Радою України прийнято Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм", де поруч із загальними положеннями узаконена державна політика та державне регулювання в галузі туризму, показана безпека туризму, подано основи організації туристичної діяльності, професійної підготовки фахівців та наукове забезпечення туризму, висвітлено правову основу міжнародного співробітництва в галузі туризму, а також контроль за діяльністю в галузі туризму і відповідальність за порушення законодавства України про туризм.

Названі інші заходи посприяли зростанню обсягів обслуговування туристів. Так, у 2008 р. кількість туристів обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, становила 3042 тис. осіб, що більше, ніж у 2000 р. Внутрішній туризм теж зріс - від 1351 тис. у 2000 р. до 1387 тис.

туристів у 2008 р. Щоправда, фінансово-економічна криза кінця 2008 і 2009 рр. наклала свій відбиток на діяльність сфери туризму. Так, кількість внутрішніх туристів у 2008 р. порівняно з попереднім роком зменшилася на 843,9 тис. осіб, проте кількість туристів - громадян України, які виїжджали за кордон, за цей же період зросла більше ніж у 3 рази.

Ця тенденція є вкрай негативним явищем. Адже вона може призвести до банкрутства вітчизняних туристичних закладів, передусім об'єктів розміщення туристів і відпочиваючих. Тому, на наш погляд, такі підприємства повинні заручитися державною підтримкою і насамперед - фінансовою допомогою, котру потрібно використати для негайної реконструкції застарілих споруд радянського зразка і завершення будівництва розпочатих об'єктів. У кінцевому варіанті необхідний такий розрахунок: вартість послуг, що реалізуються для вітчизняних відпочиваючих, має бути на 20-25 % нижчою від аналогічних закордонних об'єктів, але якість послуг не повинна особливо відрізнятися. Лише в такому випадку (і за фахової реклами), можна буде повернути нашого туриста до відпочинку на вітчизняних туристичних об'єктах.

## ***Тема 7. Класифікація та оцінка туристичних ресурсів.***

1. Підходи до визначення туристичних та рекреаційних ресурсів.
2. Підходи до класифікації туристичних ресурсів. Природні та антропогенні ресурси.
3. Класифікація туристичних ресурсів та ступенем використання та за обсягами туристських потоків.
4. Оцінка природних туристичних ресурсів. Підходи до економічної оцінки туристичних ресурсів.
5. Оцінка історико-культурних туристичних ресурсів. Інфраструктурні та інформаційні туристичні ресурси.

Туризм є ресурсноорієнтованою суспільно-господарською системою, тому визначення поняття "туристичні ресурси" та їх місця у туристичній діяльності належать до важливих завдань науки про туризм. "Туристичні ресурси, - зазначено у Законі України "Про туризм" - сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста"<sup>1</sup>. Дещо по-іншому запропонувала визначення терміна група російських авторів: "Туристичні ресурси - це природні, історичні, соціально-культурні й інші об'єкти, що стимулюють туристів до подорожі, здатні задовольняти потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил людини"<sup>2</sup>. Туристичний словник І. В. Зоріна і В. Квартальнова подає: "Ресурси туристичні - природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їхніх фізичних сил. Ресурси туризму доступні для ознайомлення і використання незалежно від форм власності, якщо до того не існує законодавчих обмежень. Природні й антропогенні геосистеми, тіла та явища природи, артефакти (лат. arte - мистецтво і factus - зроблений. - С.), які мають комфортні властивості й споживчу вартість для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку та оздоровлення певного контингенту людей..."<sup>3</sup>

Українські автори – М. Мальська, Н. Антонюк і Н. Ганич пропонують таке визначення: "Туристичні ресурси - специфічні властивості природного середовища, а також їх поєднання, прояви людської діяльності, природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, які є предметами зацікавлення туристів, стимулюють їх до подорожі, здатні задовольнити їхні потреби у відновленні та розвитку фізичних, емоційних та інтелектуальних сил. Ресурсом є не лише пейзаж чи історична пам'ятка, а й тиша, чисте повітря, гостинність жителів, доступність розваг тощо"<sup>4</sup>. Запропоновані поняття дуже близькі за формою і змістом. Однак таке трактування поняття "туристичні ресурси", зауважує професор О. Любіцева, достатньо широке, а номенклатура туристичних ресурсів практично безмежна<sup>5</sup>. І далі зазначає,

що туристичні ресурси (франц. resource - допоміжні засоби) - це об'єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані у процесі створення та реалізації туристичного продукту, будучи мотиваційною підставою для його вибору, наприклад, за видом, сезоном та іншими ознаками. Погоджуємось з О. Любіцевою, що поняття "туристичні ресурси" і "рекреаційні ресурси" є синонімами, але, на нашу думку, розглядати туризм як вид рекреації - питання дискусійне.

У більшості визначень поняття "туристичні ресурси" (до якого приєднується й автор посібника) - це об'єкти та явища природного й антропогенного походження, які використовують або можуть бути використані для туристичної діяльності. Особливість туристичних ресурсів полягає в тому, що вони мають властивість відновлювати фізичні й духовні сили людини, розвивати їх, а також придатні для надання найрізноманітніших послуг, потреби в яких виникають під час мандрівки туристів.

У процесі класифікації туристичних ресурсів більшість дослідників розподіляють їх на три складові: природні, історико-культурні, чи культурно-історичні, соціально-економічні. Щоправда, відомий туризмознавець професор О. Бейдик у статті "Ресурси світового туризму: поняття, класифікація, картографування" передбачає спрощений розподіл ресурсів на дві групи - природні й культурно-історичні, а в монографії "Рекреаційно-туристичні ресурси України" (2001 р.) деталізує структуру рекреаційно-туристичних ресурсів, зазначаючи: "гіперблок рекреаційно-туристичних ресурсів складається з природних, природно-антропогенних, суспільно-історичних...". У свою чергу природні ресурси вчений розподіляє на природяо-географічні й природно-антропогенні. На наш погляд, найраціональніший поділ туристичних ресурсів на природні, історико-культурні та соціально-економічні передумови, що доповнюють туристичні ресурси інфраструктурними компонентами. Адже в умовах глобалізації здійснюється цілеспрямована діяльність з розширення ресурсної бази туризму за рахунок штучно створених об'єктів, наприклад, аквапарків, розважальних центрів, де природні складові вдосконалюються штучно сформованими елементами, і под. Окрім цього, до соціально-економічних передумов варто віднести матеріально-технічну базу самого туризму, трудові ресурси, які забезпечують функціонування галузі будівництва, транспорт, сферу послуг (торгівлю, громадське харчування тощо).

Природні туристичні ресурси (ПТР) - це природні, тобто кліматичні, водні, геологічні, ґрунтові, фітолікувальні та ландшафтні, а також природно-антропогенні (національні природні парки, заповідники, пам'ятки природи та ін.), які володіють комфортними умовами і можуть бути використані для туристичної діяльності.





Рис. 4.1. Структура природних туристичних ресурсів

Рис. 4. Структура природних туристичних ресурсів

Природні ресурси за призначенням багатofункціональні, їх використання з туристично-рекреаційною метою пов'язане не лише із природними властивостями, закладеними в будові, а й з економічною доцільністю експлуатації. Наприклад, мінеральні лікувальні води можна використовувати з лікувально-оздоровчою метою лише у тому випадку, якщо їх мінеральний склад, за визначенням спеціалістів, відповідає певним лікувально-оздоровчим стандартам і якщо визначені запаси вод економічно вигідно використовувати.

За характером впровадження у процес туристичної діяльності ПТР дуже різні. Одні з них можуть використовуватися лише споглядально. Так, красиві ландшафти підвищують атрактивність місцевості й через сприйняття цих ландшафтів туристами не впливають на їх екологічний стан. Інші (пляжні ресурси морських, річкових та озерних берегів, лікувальні ресурси лісів та ін.) за надмірної експлуатації" що виявляється через перевантаження згаданих екосистем туристами, призводить до нераціонального використання природних ресурсів або навіть їх зникнення. Тому подальший розвиток туристичної діяльності вимагає наукового обґрунтування впливу туризму на стан природних туристичних ресурсів.

Історико-культурні туристичні ресурси (ІКТР) - це сукупність пам'яток матеріальної та духовної культури, які створені в процесі історичного розвитку суспільства на певній території, мають пізнавальну цінність і можуть бути використані для туристичної діяльності. Такі об'єкти приваблюють туристів незалежно від сезону, пори року, що активно впливає на стан розвитку туризму.

Кожен із видів ІКТР структуризують на підвиди. Так, пам'ятки археології охоплюють ареали первісного заселення, стоянки і поселення, кургани; давні городища (прості) та давні городища (складні), забезпечені лініями оборони з дитинцем.

Пам'ятки історії - це меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами, бойовими

традиціями, та пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань і війн, а також відомим діячам історії.

Архітектурні пам'ятки та пам'ятки містобудування структуруються на архітектурні ансамблі, пам'ятники оборонного будівництва, сакральні споруди, народної архітектури, громадські споруди, палацо-паркові ансамблі й сучасні пам'ятки архітектури.

Мистецькі пам'ятки як вид ІКТР - це пам'ятки професійних і народних художніх промислів, а також музеї, які експонують пам'ятки образотворчого, декоративно-ужиткового та інших видів мистецтва.

До етнографічних пам'яток належать етнографічні музеї з відповідною експозицією, музеї народної архітектури і побуту, фольклорні пам'ятки усної та писемної творчості, яскраво виражені й добре збережені народні традиції тощо.

Сучасний туризм має новостворені туристично-привабливі об'єкти, які є результатом цивілізаційних перетворень. Це, наприклад, масштабні європейські техноцентри Віденський технічний музей, Лондонський науковий музей, Московський політехнічний музей, Німецький музей у м. Мюнхені та ін. Щось подібне запроектовано у м. Єнакієве (Донецька область), де планується відкрити Державний політехнічний музей "Український техноленд" на базі двох непрацюючих вугільних шахт, що повинно стати добрим подарунком для учасників чемпіонату Європи з футболу "Євро-2012".

Окрім того, зауважимо, що не вся спадщина минулого належить до ІКТР. До них варто зарахувати лише ті історико-культурні об'єкти, котрі добре вивчені, мають суспільно-виховне значення і саме тому можуть бути використані для задоволення туристичних потреб певних туристичних груп, що формуватимуться за інтересами.

До туристичних ресурсів ми віднесемо соціально-економічні передумови, у тому числі стан розвитку матеріально-технічної бази самого туризму (об'єктів розміщення - турбаз, готелів, мотелів, кемпінгів, баз відпочинку, пансіонатів, санаторіїв та ін.) й інфраструктурних галузей, а саме - шляхи сполучення, транспорт і дорожнє господарство, торгівлю, громадське харчування, побутове обслуговування, сучасні інформаційні та рекламні служби, туристичні фірми, навчальні заклади, підприємства з виробництва товарів туристичного сервісу тощо (детальніше див. 4.5).

Сучасне вивчення природних ресурсів має широкий спектр підходів. Найпопулярнішими з-поміж них є технологічний (виробничий), екологічний, економічний, соціальний і географічний, а з поєднанням оцінок - еколого-економічний, економіко-географічний, соціально-географічний.

Під оцінкою природних ресурсів професор В. Руденко пропонує "...розуміти співвідносність встановлених змін у властивостях природно-ресурсних комплексів з їх природною просторовою або часовою мінливістю. Оцінка має переважно словесний опис і характеризується насамперед якісними відносними показниками"<sup>8</sup>.

Суть технологічної оцінки, на думку вченого, зводиться до визначення технічних можливостей задля досягнення певної мети з урахуванням природних і соціально-економічних умов. Така оцінка передуює економічній, пов'язаній із кількісним (грошовим) визначенням економічної ефективності й соціальної вигоди від використання природних ресурсів з метою задоволення всезростаючих суспільних потреб.

Економіко-географічна оцінка природних ресурсів пов'язана з оцінкою величини запасів цих ресурсів, потребою у них і сучасною можливістю використання, а також територіальною диференціацією, що й визначатиме місце доцільного їх застосування.

Оцінка природних туристичних ресурсів пов'язана з визначенням їхньої придатності для задоволення рекреаційно-туристичних потреб людини та просторового поширення відповідних компонентів, які можуть бути використані для активного відпочинку. Ще на початку 80-х років ХХ ст. М. Мироненко та І. Твердохлебов запропонували оцінювання природних рекреаційних ресурсів, куди, варто розуміти, входять і туристичні ресурси<sup>10</sup>. Процес охоплює чотири етапи:

1. Виокремлення об'єкта оцінки - природних комплексів, їх компонентів і властивостей.

2. Виділення суб'єкта дослідження, з позиції якого здійснюється науковий пошук доцільності їх використання.

3. Формування критеріїв оцінки, що визначаються метою дослідження та властивостями суб'єкта.

4. Розробка параметрів оцінювання, шкала оцінки.

Пропонується п'ятиступенева шкала оцінки з такою градацією: найсприятливіша, сприятлива, помірно сприятлива, малосприятлива, несприятлива.

Названі автори дотримуються трьох основних типів оцінювання природних ресурсів: медико-біологічного (деякі дослідники його ще називають фізіологічним - за ступенем комфортності); психолого-естетичного; технологічного. Такий підхід до оцінювання не втратив значущості й дотепер.

Медико-біологічний, або фізіологічний тип оцінки відображає вплив природних чинників на організм людини. Провідна роль тут належить клімату, який відображає багаторічний режим погоди певного регіону. Суть рекреаційно-туристичної оцінки клімату зводиться до вивчення залежності фізіологічного стану людини від впливу метеорологічних чинників. Для розвитку зимових видів відпочинку важливим показником є тривалість періоду із середньодобовими температурами повітря нижче 0 °С. Сприятливі умови для такого відпочинку - наявність снігового покриву товщиною не менше 10 і не більше 30-40 см за температури нижче мінус 5 °С та швидкості вітру до 5 м/с. Установлено, що кількість сприятливих днів для зимового відпочинку в Передкарпатті триває приблизно місяць (грудень - січень); у горах - 3-5 місяців: у низькогір'ї (грудень - лютий) і в середньогір'ї (з другої половини листопада до початку травня). Отже, тривалість зимового

туристичного сезону в Українських Карпатах загалом становить 5-6 місяців (від листопада до квітня).

Цікаву методику оцінки клімату, з метою розвитку оздоровчого туризму на локалізованому рівні, запропонував молодий учений-географ Львівського національного університету імені Івана Франка І. Рожко. Його оцінка ґрунтується на виборі трьох основних критеріїв: впливу середовища на людину; впливу людини на природне середовище; доцільності ведення рекреаційно-туристичного господарства на певній території. Основою для оцінки слугували крупномасштабні картографічні матеріали з доповненням відповідних тематичних карт, а також літературні й фондові матеріали<sup>18</sup>.

Системний аналіз чинників, якими є природні умови та ресурси, дав змогу визначити доцільність розвитку тієї чи іншої діяльності на певній території. Наприклад, для оцінки кліматичних особливостей і придатності клімату для оздоровчого туризму на локалізованому рівні запропоновано такі показники: середньодобова температура повітря; швидкість вітру; кількість випадків із дощем та іншими несприятливими умовами.

Отже, за результатами оцінки придатності клімату для розвитку оздоровчого туризму на локалізованому рівні (див. табл. 4.1) виявлено, що найсприятливішими є території, де кількість днів із сприятливою середньодобовою температурою становить понад 60 %, а повторюваність випадків із сильними вітрами (понад ніж 10 м/с) - менше 10 %. Тривалість несприятливих природних явищ (кількість) становить не більше ніж 10 %.

Психолого-естетичний тип оцінювання природних ресурсів пов'язаний із естетичним сприйняттям світу людиною. Естетична цінність території пов'язана з визначенням емоційної реакції людини на природний ландшафт.

Питання такого оцінювання дуже складне через відсутність універсальних показників. Запропоновані методики суб'єктивні, оскільки відчуття краси нестандартне. Різноманітність ландшафту (відповідний рельєф, гідрокліматичний режим, біоценози, морфологічна структура) відповідає поняттю "пейзажне різмаїття", що містить ступінь мозаїчності ландшафту (відношення кількості контурів урочищ до площі ландшафту, яку досліджують), ступінь розмаїтості ландшафту (відношення видів урочищ до площі ландшафту), а також частота зміни зовнішніх ознак ландшафту на туристичному маршруті.

Для естетичної оцінки природного комплексу І. Рожко пропонує застосовувати два показники - загальну оцінку ландшафту та оцінку покриття території. Загальна оцінка враховує такі критерії, як максимум відносних перевищень, оглядовість, кількість видимих природних об'єктів і наявність подібних ландшафтів. Максимум відносних перевищень вираховується для ландшафту загалом, оскільки найповніше виявляє орографічні особливості. Оглядовість великою мірою визначає естетичну цінність території, яка широко сприймається з високо піднятих ділянок. Урахування різноманітності видимих природних об'єктів сприяє контрастності, що є важливим елементом пейзажності.

Лісопокриті ділянки оцінюють за трьома показниками - породним складом, бонітетом і віком деревних порід. Чагарникові ділянки пропонують оцінювати за їхньою висотою і видовим складом, луки - за різноманітністю та приналежністю до висотного ярусу (в горах), кам'яні утворення - за характером залягання, що доповнює мозаїчність території. Наприклад, лісопокриті ділянки північних схилів Карпат, для яких притаманне поєднання зеленого та синьо-фіолетового відтінків, з емоційного погляду менше впливають на подорожуючих. Там, де переважають листяні породи (південні схили), хвойні посадки вносять у зовнішнє сприйняття ландшафту розмаїття, що сприяє підвищенню туристичної привабливості лісів і території, де вони ростуть.

Водні об'єкти значно підвищують естетичну цінність природних комплексів. Критерієм оцінки річок є ширина і звивистість русла та висотний ярус, в якому вона протікає (за оцінюванням гористої місцевості).

Естетична оцінка сільськогосподарських угідь, що найактуальніше для теплого періоду року, пов'язана з визначенням складу угідь. Безумовно, найестетичнішими є сіножаті та пасовища, які особливо милують око у період сінокосу та викладання копиць.

Господарські об'єкти здебільшого негативно впливають на естетичну цінність території.

Естетична цінність пейзажу характерна зовнішнім і внутрішнім пейзажним розмаїттям. Зовнішнє розмаїття - це психологічне сприйняття людиною ландшафту, а внутрішнє визначають самою структурою ландшафту. Різноманітні ландшафти позитивно впливають на психологічний стан людини, піднімаючи життєвий тонус відпочиваючих.

Технологічна оцінка, за визначенням М. Мироненка та І. Твердохлебова, відображає взаємодію людини і природного середовища через "технологію" рекреаційно-туристичної діяльності. Вона пов'язана з вивченням певного виду діяльності, тобто можливого його розвитку й інженерно-будівельного освоєння конкретної території. Суб'єктом оцінки є вся галузь, з позиції якої природний ресурс повинен володіти комфортністю, лікувальною властивістю, значними запасами, тривалим періодом експлуатації та іншими якостями.

Вибір критеріїв технологічної оцінки незавершений, оскільки йдеться про всю галузь, а не про вимоги окремих людей. Лімітуючими чинниками може бути дискомфортність клімату або відсутність території для нової забудови. На завершальному етапі оцінювання природних туристичних ресурсів можуть виникати питання альтернативного використання території, що особливо актуально під час складання генеральних схем їхнього розвитку, в процесі туристичного районування та вирішення інших науково-практичних завдань розвитку окремих комплексів. Дуже важливо також правильно вибрати форму оцінки. Найпопулярнішою на сучасному етапі є бальна й економічна система оцінок. Якщо перша дещо простіша для порівняння отриманих результатів, то економічна відповідає вартісним показникам обґрунтування доцільності розвитку та ефективності

експлуатації туристичних ресурсів і території як носія цих благ.

Туристична діяльність пов'язана з природними ресурсами, до яких належать лікувальні мінеральні води, солянки, пляжні ресурси рік, озер, морів, що використовують або можуть бути використані для лікувально-оздоровчих цілей. Не менш важливе значення мають ресурси, такі як чисте повітря, пелоїди, озокерит, ландшафтні ресурси. Оскільки такі запаси не безмежні, для їхнього ефективного використання необхідна економічна оцінка, передусім тих, які перебувають у господарському обігу й дають відповідний ефект.

Згідно з концепцією відомого економіста К. Гофмана, основою економічної оцінки є об'єкт природокористування загалом, а відтак - одиничні природні ресурси. У свою чергу М. Нудельман таким об'єктом природокористування для економічної оцінки вважає рекреаційний, або туристичний центр, що являє собою конкретну просторово-господарську систему.

Для економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів необхідно:

- вибрати оціночні показники та критерії;
- встановити затрати на одиницю "продукції" рекреаційного процесу;
- визначити показники диференційованої ренти рекреаційного центру та питомої диференціальної ренти від рекреаційного оздоровлення людини.

Критерієм економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів у період доринкової економіки був питомий показник сукупного народногосподарського ефекту від рекреаційного

оздоровлення. Професор Львівського національного університету імені Івана Франка Л. Гринів запропонувала методику визначення питомого економічного ефекту від рекреаційного (курортного) оздоровлення за формулою, де  $E_i$  - питомий економічний ефект від курортного оздоровлення,  $i$ -го профілю по  $i$ -му курорту, грн/люд./рік;  $E$  - усереднений питомий народногосподарський ефект від курортного оздоровлення загалом у країні, грн/люд./рік;  $U_c$  - медична ефективність курортного оздоровлення  $i$ -го медичного профілю в  $i$ -му курорту, % тих, які безуспішно лікувалися;  $V$  - медична ефективність курортного оздоровлення загалом у країні, % тих, котрі безуспішно лікувалися.

Залежно від галузі природокористування в основу визначення ренти покладено сукупні затрати, наприклад, пов'язані з геологорозвідкою під час визначення запасів мінеральних вод, чи результатів функціонування якоїсь галузі, пов'язаної з природокористуванням.

З-поміж науковців, котрі обґрунтовували рентну концепцію економічної оцінки природних рекреаційних ресурсів, вирізняють праці Л. Гринів, яка успішно поєднала результативну і затратну концепції. У туризмі виокремлюють дві форми диференційної ренти: територіальну (різниця цінності ресурсів території" задіяної у туристичний процес) і часову (різниця у тривалості туристичного сезону).

Професор В. Руденко пропонує визначати потенціал природних рекреаційних територій через грошову оцінку вільного часу. Вартість вільного часу, за його рекомендацією, вимірюють величиною валового національного продукту, створеного зайнятим населенням за одиницю часу і розрахованого на чисельність усього населення України, яке використовувало туристичні ресурси.

Останніми роками все більше дослідників економічної оцінки природних ресурсів дотримуються того, що не завжди доцільно застосовувати рентну концепцію. Адже сама методика розрахунку є складним процесом. Вона передбачає врахування великої кількості чинників і показників у процесі дослідження туристично-рекреаційного центру чи іншого територіального поєднання.

Група українських учених, зокрема О. Врублевська<sup>27</sup> та Л. Загвойська, Т. Масенко і М. Якуба, висвітлюють методи економічної оцінки природних ресурсів, що розглядаються у працях західних науковців.

Певний інтерес викликає метод суб'єктивного, або як його ще називають, метод умовного оцінювання. Він ґрунтується на соціологічному опитуванні, де пропонують зробити споживчий вибір у ситуації гіпотетичного ринку на користь довкілля. Мета дослідження полягає у визначенні суб'єктивних оцінок, котрі близькі до тих, що виявилися б у випадку існування справжнього ринку на екологічні товари. Цю методику найчастіше використовують у розвинутих країнах світу для оцінювання суспільних благ, які уподібнюються доступу до якісної води, чистого повітря і под.

Уперше метод суб'єктивного оцінювання був застосований у США в 1961 р. для оцінки вартості мисливських угідь.

У сучасних умовах господарювання дуже часто промисловий об'єкт може зашкодити навколишньому середовищу. Так, будівництво електростанції може спотворити довкілля, погіршити екологічний стан, унаслідок чого атрактивність місцевості понизиться, а це, безперечно, позначиться на кількості відпочиваючих, котрі сюди захочуть приїхати.

Як оцінити втрати привабливості місцевості й економічні втрати від зменшення кількості її відвідин? Для цього й використовують соціологічне опитування. Добре охарактеризувавши респондентам оцінюваний товар (у нашому випадку - цінність видів тварин, що зникають, чи наслідки погіршення якості повітря та води навколо електростанції), опитуваному пропонують назвати максимальну ціну, яку він готовий заплатити за цей умовний товар, або отримати компенсацію за певні зміни, що відбулися у навколишньому середовищі. Відповіді усереднюються і екстраполюються на результат узагальненої оцінки.

Отже, гіпотетичний ринок у вигляді інтерв'ювання, опитувальної анкети, респондентування повинен максимально відповідати реальному ринку. Для цього респондент має відмінно знати це благо, яке йому

доведеться оцінювати. Цього можна досягти через демонстрації відеофільмів, показу світлин і под.

Метод суб'єктивного (умовного) оцінювання, на думку 0. Врублевської, доцільно застосувати тоді, коли екологічні зміни не впливають прямо на продукцію, що продається на ринку, коли не можна безпосередньо спостерігати за уподобаннями споживачів, коли охоплене вибіркою населення добре поінформоване з досліджуваного питання і, звісно, тоді, коли є достатньо грошових ресурсів для проведення такого дослідження<sup>29</sup>.

Метод індивідуальних витрат на подорож широко застосовують для оцінки доходів від туризму. Він ґрунтується на припущенні, що величина затрат на відвідування природно-відпочинкового об'єкта прямо пропорційна доходу, який отримує особа від відвідування цього об'єкта. Такі затрати визначають кількістю часу, витраченого на подорож, вартістю проїзду та величиною втраченого заробітку під час відпочинку.

Витрати на подорожування введені до функції генерування подорожей. Вона передбачає, скільки разів і який період індивідуум буде перебувати у тій чи іншій місцевості. Крім того, ця функція має врахувати соціально-економічні аспекти - дохід відвідувача і його освіту, а також змінні, котрі дають інформацію про тип подорожі. Для цього до моделі вводять логічні змінні (змінні, які приймають значення 1 або 0), щоби визначити, з якою метою здійснювалась мандрівка: відвідування місцевості з пізнавальним наміром; проведення відпустки; локальна одноденна подорож.

Методом індивідуальних витрат на подорож визначають сумарні витрати як готовність споживача платити за відпочинок. Цим методом оцінюють екологічний, у нашому випадку - і туристичний об'єкт. Згідно з ним, витрати споживачів, тобто відвідувачів місць відпочинку, використовують як замітники ціни такого об'єкта, а частота його відвідування відображає кількість "купленого" туристичного товару.

Метод індивідуальних витрат на подорож має перевагу над методом суб'єктивного оцінювання тим, що він ґрунтується на ринковій поведінці споживачів, а не на оцінці уявного ринку.

Метод гедонічного ціноутворення, або метод цін задоволення (hedonic - грецького походження і означає "із задоволенням"), устанавлює залежність між якістю послуг докільця (рівень шумових забруднень, чистоти повітря, мальовничості околиць) і цінами ринкових благ (скажімо, на помешкання). Таке трактування вартості дає змогу стверджувати: нечітко виражені, але внутрішньотритаманні ціни існують для кожної властивості товару, їх можна визначити на основі ринкових цін.

Для повнішого розуміння згаданого методу використаємо такий приклад. Коли ми бажаємо купити садибу (дачу), то із пропонованих варіантів вибираємо найкращий. Це означає, що наш об'єкт має ознаки, котрі нас найбільше задовольняють. За однакових характеристик двох садиб (кількість кімнат у житловому приміщенні, господарських будівель і площі присадибної ділянки) оберемо той об'єкт, який має кращі екологічні властивості: розташований у затишній частині поселення, його оточує



мальовничий краєвид і под. Тобто, частина плати за вибрану садибу чи дачу є ціною доходу, отриманого від довкілля, - ціною "задоволення" жити у привабливому природному середовищі. Отже, різниця у ринкових цінах на об'єкти нерухомості виникає через розбіжності в якості довкілля і конкретною ціною, тобто готовністю споживачів заплатити за високу якість цього довкілля, а в кінцевому підсумку - здійснити економічну оцінку його поліпшення.

Метод ноосферної (біосферної) функції, запропонований Л. Гринів, також використовують для оцінки природних туристичних ресурсів<sup>82</sup>. Суть цього методу зводиться до того, що ресурси кожної наземної екосистеми як природного капіталу мають оцінювати з урахуванням критеріїв збереження її стаціонарних станів, тобто на основі функцій негентропії (міри невизначеності). Цей метод дає змогу визначити екосистемну цінність природних ресурсів. У його основу покладена запропонована теорія збалансованого розвитку екосоціосистем, побудована на законах їхнього енергетичного відтворення.

Оскільки завданням оцінки вважають організацію природних туристичних ресурсів, беручи до уваги особливості та результати їхньої експлуатації, то вибір методів оцінювання насамперед залежить від мети й очікуваних результатів.

Проаналізовані методи економічної оцінки природних туристичних ресурсів засвідчують, що запропоновані підходи, можливо, не повністю вирішують завдання. Водночас поруч із рентною оцінкою все ширше прокладають собі дорогу ринкові підходи до визначення витрат і вартості складових природного ресурсу (метод суб'єктивного оцінювання, метод витрат на подорожі, метод гедонічного оцінювання, метод ноосферної функції та ін.), які становлять науково-практичний інтерес і для географічної науки загалом, і для географії природокористування зокрема.

Досвід багатьох країн світу, зокрема розвинутих, засвідчує, що історико-культурні об'єкти можуть бути визначальними у формуванні попиту на туристичні ресурси і впливатимуть на отримання значних доходів. За даними офіційної статистики, такі доходи найбільші в Німеччині, США, Великій Британії, Франції, Італії, Японії, Австрії. У 2007 р. вони становили відповідно 83,1, 76,3, 72,3, 36,7, 27,3, 26,5, 10,6 млрд дол.<sup>33</sup> Пам'ятки історії та культури у згаданих країнах взяті під охорону, добре впорядковані й постійно відновлюються. Це дає змогу вміло використовувати їх на ринку туристичних послуг.

У нашій державі (доходи від розвитку туризму в 2007 р. становили 3,3 млрд дол.) історико-культурні об'єкти практично не оцінені як туристичні ресурси, більшість визначних пам'яток не введені у туристичні маршрути, що призводить до їхнього обмеженого використання. Усе це відчутно впливає на вітчизняний туристичний бізнес, який за належної реклами може давати значний економічний і соціальний ефект.

В Україні взято під охорону 70 тис. пам'яток історії та культури, в тому числі понад 12 тис. пам'яток архітектури з добре збереженими ансамблями.

До них належать центр Львова (наприкінці 1998 р. він увійшов до Списку зі всесвітньої спадщини ЮНЕСКО і став одним із найцінніших - в історико-культурному сенсі міст світу), а також Київ зі спорудами епохи Київської Русі - собором Святої Софії з прилеглими монастирськими спорудами, Києво-Печерською лаврою. Славну архітектурну спадщину має місто Жовква (Львівська область), Кам'янець-Подільський (Хмельницька область). Останній за кількістю пам'яток архітектури посідає третє місце після Львова і Києва. Визначні пам'ятки архітектури є у Чернігові, Луцьку, Ужгороді, Білгород-Дністровському, Батурині, Хусті, Чернівцях та багатьох інших містах України. Високу історичну пізнавальну цінність становлять руїни Херсонеса в Криму, Ольвії у Миколаївській області та ін.

Чимало в Україні монастирських комплексів, котрі є центрами паломництва, палацово-паркових ансамблів, замків й інших пам'яток історії та культури, які мало використовуються з пізнавальною метою й опинилися поза межами активного туристичного процесу в Україні.

Пам'ятки історії та культури можна розглядати з різних поглядів, і вони можуть бути предметом вивчення багатьох наукових дисциплін. Переважно під ними розуміють окремі споруди, предмети, пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, витвори матеріальної та духовної культури, що мають історичну, наукову, художню або іншу культурну цінність. На наш погляд, історико-культурні пам'ятки, котрі входять або можуть увійти до складу туристичних ресурсів, необхідно розглядати не як окремі об'єкти з певною історичною чи культурною цінністю, а як поєднання відповідних видів ІКТР, що мають високу атрактивність, можуть відігравати вагомую роль у формуванні світогляду народу й формувати історико-культурний туристичний потенціал поселення, місцевості, регіону.

Кількість пам'яток історії, археології, містобудівних об'єктів, пам'яток монументального мистецтва в Україні становить 49147 одиниць. З-поміж областей за кількістю відомих об'єктів вирізняють Львівську область (3934), АР Крим (3441), Київську (2886), Чернівецьку (2859) й Одеську (2663) області. За кількістю найвизначніших пам'яток історії, археології, містобудування й архітектури та монументального мистецтва виокремлюють Волинську (17,3 %), Закарпатську (13,4), Львівську (12,9), і з найменшою - Запорізьку (0,2), Донецьку (0,5) і Луганську (0,6 %) області.

Отже, пам'ятки історії та культури в Україні розміщені дуже нерівномірно. Однак кількісний показник цих пам'яток ще не дає уяви про рівень їхньої пізнавальної цінності й привабливості та придатності для організацій пізнавальних рекреаційних занять або введення у відповідні туристичні маршрути. Тому необхідне вимірювання інтенсивності властивостей за певними якісними ознаками. Відомий дослідник туризму В. Мацола із Закарпаття пропонує оцінювати рекреаційно-туристичну значущість території за щільністю пам'яток історії та культури на 100 км<sup>2</sup> площі. Причому він рекомендує визначати щільність пам'яток найвищого класу (загальнонаціонального та міжнародного значення). Беручи за основу показники в Україні, де щільність усіх фіксованих пам'яток становить 7,9

одиниць на 100 км<sup>2</sup>, пам'ятки загальнонаціонального значення становлять 0,7 і відповідно у Львівській області - 18 і 1,8. Дотримуючись таких даних, В. Мацола пропонує оцінювати одним балом території, де ці показники дорівнюють менше 7,9, двома балами - 8-18 і трьома - понад 18 одиниць/100 км<sup>2</sup> 35. Безперечно, такий підхід можна застосовувати для оцінки ІКТР великих регіонів, а не для визначення історико-культурного туристичного потенціалу поселення чи навіть окремого адміністративного району.

За останні роки все частіше використовують вартісну оцінку, насамперед природних туристичних ресурсів. Така оцінка історико-культурних пам'яток дуже складна, чи навіть небажана через їхню високу суспільну значущість. За економічної оцінки ІКТР можна враховувати прямий ефект від експлуатації пам'яток - плата за вхід, екскурсійне обслуговування та ін. Бальну систему оцінок на практиці застосовують достатньо широко, зокрема у тих випадках, коли певне явище не можна точно виміряти, але є потреба хоча б у приблизній його оцінці, а також тоді, коли немає потреби в точному вимірі якогось явища.

Сутність бального підходу оцінки історико-культурних туристичних ресурсів полягає в тому, що оціночні шкали побудовані на подальшій структуризації видових компонентів відповідно до історико-культурної вагомості явищ, які їх характеризують, і часу, необхідного для огляду таких об'єктів. Необхідний час огляду визначають спеціалісти-експерти. Що більше часу витрачають для пізнання об'єкта, то вища пізнавальна цінність, а це означає: вищий оціночний бал йому присвоюють.

Найскладнішим і відповідальним завданням виявилась розробка оціночних шкал для окремих показників. Адже необхідно було визначити певні закономірності для переходу від виміру до оцінки. У запропонованій методиці подано 14 підгруп, які отримали внаслідок структуризації п'ять підвидів ІКТР. Кожному з них притаманний логічний набір показників, що оцінюються за п'ятибальною шкалою (1 - дуже низька; 2 - низька; 3 - середня; 4 - висока; 5 - дуже висока). Пам'ятки історії та культури - важливі об'єкти огляду на туристичних маршрутах, екскурсіях, подорожах. Їх вважають цінним джерелом інформації, чинником формування національної самосвідомості українського суспільства. У таких умовах дуже важливо якнайповніше визначити рівень привабливості всіх компонентів ІКТР.

Оцінка археологічних об'єктів як залишків матеріальної культури минулих епох характеризує життя та діяльність людей у вигляді окремих старовинних предметів або комплексів, відкритих завдяки археологічним розкопкам, і зводиться до визначення рівня їхньої привабливості та пізнавальної цінності. Остання більше відповідає можливості уявного відтворення відвідувачем історичної епохи чи окремої події, що пов'язані з ними. Так, стоянка, оцінена у запропонованій шкалі двома балами, для пересічного туриста постає як неукріплене давнє поселення з малопотужним культурним шаром, позбавлене довготривалих споруд. А давні городища (оцінене в чотири і п'ять балів) вважаються поселеннями, укріпленими одним або кількома земляними,

деревоземляними, глинобитими, кам'яними або цегляними валами та зовнішніми ровами, і для його пізнання необхідно потратити значно більше часу.

Другу і третю підгрупи, що належать до історико-культурних туристичних ресурсів, О. Бейдик вирізняє як біосоціальні рекреаційно-туристичні ресурси<sup>37</sup>. Ця специфічна складова об'єднує історико-культурні й інші об'єкти, пов'язані з певними історичними подіями, з життєвим циклом видатних людей, учасниками історичних подій. Наприклад, "Меморіальні пам'ятки, пов'язані з історичними подіями, національно-визвольними змаганнями, війнами, бойовими та культурними традиціями", охоплюють дуже широкий спектр історико-культурних об'єктів: від пам'ятних місць, що оцінюють балом, до групи пам'яток (меморіальні музеї, парки, споруди, пам'ятні таблиці та ін.), які справляють враження на глядачів завдяки художньо-естетичним якостям або оригінальністю зовнішніх форм й оцінюються найвищим балом у п'ятиступеневій системі оцінок пізнавальної значущості.

Третя підгрупа, що охоплює "Пам'ятники учасникам історичних подій, національно-визвольних змагань, війн, діячам історії та культури", за логічною схемою оцінки дуже нагадує попередню підгрупу пам'яток історії та культури. Існує лише виняток: тут беруть до уваги пам'ятники учасникам історичних подій, діячам історії та культури. Найвищим балом оцінено показник групи пам'ятників з високою архітектурно-мистецькою цінністю.

Важлива складова ІКТР - пам'ятки архітектури та містобудування, які за типологічним розмаїттям якісно вирізняються з-поміж інших блоків. За підрахунком О. Бейдика, в Україні найбільшу кількість становлять пам'ятки громадської архітектури - 955. У згаданій групі виділяють Львівську область - понад 20 %, м. Київ - 11,8 %, Хмельниччину - 10,9 % і АР Крим - 8,4 %. За пам'ятками військової архітектури (в Україні налічується 145 таких об'єктів) виокремлюють АР Крим (40), Хмельницьку (30), Львівську та Харківську області (по 12). Серед архітектурних монументів (13) вигідно вирізняється Львівщина - 6 і м. Київ - 238.

З-поміж архітектурних об'єктів загальноновизнані пам'ятки оборонного будівництва, зокрема ті, що добре збереглися. Це замки, фортеці, монастирські комплекси, яких в Україні є понад 200зв. У полі зору туристичного сприймання можуть бути частково збережені елементи оборонних укріплень, що дуже поширені в Україні і вимагають спеціального дослідження. Дотримуючись цього, ми у нашій шкалі оцінок взяли до уваги такий вагомий показник цінності, як стан фізичного збереження пам'яток оборонного будівництва.

Не менш привабливими пам'ятками архітектури є сакральні споруди - церкви, костели, синагоги тощо. У загальній сукупності в Україні їх налічується 118940. Тут важливий показник цінностей не стільки вікова глибина пам'яток архітектури, скільки стильові ознаки, за якими враховується вік споруди, навіть мистецька цінність об'єкта<sup>41</sup>. Комплекси

культових споруд розташовані переважно у великих містах.

Найпопулярніший вид народної архітектури - традиційне житло, зокрема хата. Це затишна, білена ззовні та всередині будівля, крита соломною. Вона є етнографічною ознакою українського народу.

З-поміж господарських споруд, які можуть бути пам'ятками народної архітектури, вирізняються клуні (обмолочували збіжжя), хліви (утримували худобу), комори (зберігали запаси зерна), ужиткові речі тощо. Такі споруди найпоширеніші у середній і південній частині України.

Найоригінальнішим і найпривабливішим видом народної архітектури в Україні є дерев'яні церкви (їх вважають шедевром світового зодчества), а також дзвіниці, каплиці, і навіть плебанії (місце проживання церковнослужителів).

У запропонованій шкалі оцінок пам'яток народної архітектури взято до уваги широкий діапазон їхньої наявності та рівня привабливості - від окремих будівель з елементами народної архітектури, які оцінюються балом, до групи будівель і цілих поселень у вигляді музеїв під відкритим небом (скансени) з найвищим оціночним балом.

Громадські споруди, до яких належать народні школи, народні доми, корчми, а також господарські виробничі споруди (водяні млини, вітряки, перші гідроелектростанції та ін.)" можуть практично застосовуватись і сьогодні. Здебільшого їх вважають привабливими об'єктами туристичного огляду. Відтак найвищим балом оцінено добре збережені пам'ятки громадських споруд.

Палацово-паркові ансамблі - вагома частина архітектурної спадщини України. Вони мають достатньо обширну мережу старовинних палаців, парків і вирізняються не лише історико-культурною значущістю, адже чимало з них безпосередньо використовують із туристичною метою.

З утратою оборонного значення замків (середина XVIII ст.) різко розширилася географія палацового будівництва, розміщеного за межами міст-фортець, повсюдно і дуже часто у сільській місцевості. Найбільшого розмаху палацово-паркове будівництво досягло в XIX ст. Зазначимо, що в Україні таке будівництво було важливим елементом економічного зростання багатьох поселень, центрами формування систем розселень. У запропонованій методиці оцінки палацово-паркових ансамблів за основу величини балу беремо рівень їхнього збереження та стан упорядкованості.

Оцінення сучасних пам'яток архітектури (окремі житлові, виробничі, культурні, освітянські, спортивні й інші споруди або їх групи) зводиться до рівня використання найновіших технічних засобів у будівництві та стан їхньої атрактивності в сучасному архітектурно-ландшафтному середовищі.

Популярні серед туристів вироби народних майстрів. Найповніше вони експонуються в музеях, які часто відвідують ті, хто відпочиває. Водночас туристи дуже зацікавлені у придбанні художніх виробів ручного виготовлення.

У шкалі оцінок "Пам'ятки професійних художніх промислів" і "Пам'ятки народних художніх промислів" первинними показниками є і

кількість фахових майстрів та народних умільців, котрі мають експозиції власних творів, і наявність музейних експозицій художніх творів професійних майстрів або творів народних умільців. Останні оцінені найвищим балом.

Наукові джерела засвідчують, що народне мистецтво художніх промислів розвивалося складно. Здавна воно прогресувало як творчість селян і мешканців передмість у вільний від хліборобських занять час. Згодом такі майстри відійшли повністю від землеробства і почали займатись лише певним "рукомеслом", тобто ставали ремісниками, фаховими майстрами. Розпад феодальної системи господарювання привів до того, що ремісництво стало набутком і сільських майстрів. Нині під ремісництвом розуміють не лише фахове мистецтво, а й сучасні високохудожні твори народних умільців з ткацтва, килимарства, токарства, гутництва, гончарства та ін.42

За наявністю історико-культурного потенціалу в сільській місцевості, як підтверджує здійснена оцінка в Карпатському регіоні, переважають райони середньої привабливості. У Закарпатській області їх налічується вісім із тринадцяти районів; в Івано-Франківській - п'ять; у Чернівецькій - два, у Львівській - жодного (рис. 4.5).

Таблиця 4.4. Групування міст Карпатського регіону за рівнем пізнавальної цінності ІКТР і чисельністю населення

Групування міст, селищ міського типу за кількістю мешканців	Високоатрактивні	Коефіцієнт пізнавальної цінності	Середньоатрактивні	Коефіцієнт пізнавальної цінності	Малоатрактивні	Коефіцієнт пізнавальної цінності
Середні міста (населення від 50 до 100 тис. осіб)	Ужгород	0,80				
	Мукачеве	0,78				
	Дрогобич	0,76	Стрий	0,65		
	Коломия	0,74				
Малі міста (населення менше 50 тис. осіб)	Самбір	0,76	Хуст	0,65	Тячів	0,40
	Косів	0,72	Сколе	0,62	Богородчани	0,35
	Трускавець	0,69	Ясіня	0,61		
			Свалява	0,60	Болехів	0,35
			Виноградів	0,58		
			Берегове	0,56		
			Рахів	0,56		
			Яремча	0,56		
			Надвірна	0,49		
			Путила	0,48		
			Долина	0,46		
			Вижниця	0,45		
			Моршин	0,45		
			Іршава	0,45	Міжгір'я	0,44
Селища міського типу			Великий Березний	0,46	Верховина	0,44
			Рожнятів	0,45	Ворохта	0,41
					Перечин	0,40
				Воловець	0,40	

Рис. 5. Туристична атрактивність території Карпатського регіону України

В історико-культурному сенсі малопривабливих районів небагато у Карпатському регіоні: у Закарпатській області - Перечинський, Великоберезнянський, Воловецький, Міжгірський; Івано-Франківській - Долинський, Рожнятівський; Чернівецькій області - Вижницький і Путильський. Це гірські райони, що вирізняються передусім унікальними природними туристичними ресурсами, які вже використовують або будуть використовувати для розвитку переважно гірських видів туризму.

Отже, запропонована методика оцінки пам'яток, що належить до історико-культурної спадщини українського народу, дасть змогу якнайповніше визначити туристично-пізнавальний потенціал окремого поселення, місцевості, району і сприятиме ефективному функціонуванню та прибутковості туризму.

Термін "туристична інфраструктура" - латинське словосполучення, що складається з понять "infra" (під) та "sturtura" (будова, розташування), пройшов тривалий шлях розвитку. На початку ХХ ст. під інфраструктурою розуміли комплекс споруд, які забезпечували дії збройних сил, - склади, військові бази, полігони та ін. У 40-х роках поняття "інфраструктура" почали використовувати для групи галузей, котрі забезпечували функціонування промислового та сільськогосподарського виробництва. С. Юрченко зазначає, що цей термін з 50-х років широко застосовують в економічній літературі. Під інфраструктурою стали розуміти сукупність галузей і видів діяльності, які обслуговують і виробничу, і невиробничу сфери економіки. На думку ж С. Синько та М. Скринько, інфраструктура як складова економіки, являє собою сукупність суб'єктів господарювання і специфічних акумульованих на певній території об'єктів загальноекономічного призначення, що задовольняють матеріальні, духовні й соціальні потреби людини через надання комплексу послуг з метою створення загальних умов для ефективного функціонування процесу суспільного відтворення та нормальної життєдіяльності людини.

У подальшому розвитку поняття "інфраструктура" все більше уваги вчені приділяють його поділу за сферами діяльності людини: на виробничу інфраструктуру, необхідну самому процесові виробництва, і на соціальну інфраструктуру (охорона здоров'я, освіта, культура, побутове обслуговування і под.), що забезпечують повноцінне життя населення на локальному чи регіональному рівнях. Причому інфраструктуру розглядають як комплекс галузей і сфер діяльності, що створюють загальні умови для функціонування інших галузей.

Туристична інфраструктура у нашому розумінні - це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови стабільного функціонування. Ми розглядаємо її цілісною системою, що складається з двох підсистем: соціальної та виробничої, які взаємопов'язані та взаємообумовлені відносно обслуговуючого суб'єкта. У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування на тій чи іншій території.

Інфраструктуру окремого територіально-туристичного поєднання дослідники М. Рутинський і О. Стецюк розглядають у такому поєднанні послуг:

- з переміщення туристів (і в межах регіону відвідування, і транзитним проїздом його територією) різними видами транспорту;
- гастрономічні (забезпечення туристів харчуванням);
- екскурсійні (послуги екскурсоводів, перекладачів, супровідників груп);
- рекламно-інформаційні й збутові (послуги закладів із бронювання місць на транспорті, у засобах розміщення, інформаційно-туристичних центрах, рекламних агентствах, медіа, видавництвах та ін.);
- зі задоволення пізнавальних, розважальних і побутових інтересів;
- торговельних підприємств;
- юридичних, банківських і страхових установ;
- контрольно-адміністративних органів (прикордонних, митних, міліцейських служб, овіри та ін.).

Розвиток соціальної інфраструктури повинен відповідати високим стандартам обслуговування, адже турист, віддалений від постійного місця проживання і максимально звільнений від повсякденних турбот, вимагає ефективного обслуговування у вільному часопроведенні. Тут вагоме місце належить закладам розміщення туристів, громадському харчуванню, побутовому обслуговуванню. Саме вони можуть створювати якісні параметри особистого споживання людини, яка відпочиває.

Важливе місце у наданні послуг посідають об'єкти розміщення туристів. До основних таких закладів належать готелі й аналогічні заклади, комерційні та соціальні заклади розміщення та спеціалізовані заклади розміщення.

Заклади розміщення туристів - це будь-які об'єкти, де туристам пропонують місце для ночівлі. За суттю розміщення туристів вважають найважливішим сегментом туризму. Адже комфортність таких об'єктів впливає на якість обслуговування. Основними закладами розміщення туристів є готелі, мотелі, турбази, а всі інші - додаткові. Готелі - найпоширеніший тип розміщення туристів. Туристичні потоки прямо залежать від рівня їхнього розвитку та якості послуг, які вони надають. Якість місць проживання й обслуговування залежить передусім від обслуговуючого персоналу, а також матеріально-технічної бази і запропонованого сервісу.

На жаль, дотепер не існує єдиного критерію класифікації готелів. Найпоширенішою системою такої класифікації є кількість зірок. Від однієї зірки до п'ятьох застосовують у Франції, Австрії, Угорщині, Єгипті, Китаї, Україні, Росії й інших країнах. Систему літер (А, В, С, D) використовують у Греції, систему "корон" або "ключів" - у Великій Британії. Система балів (від 100 балів - категорія однієї зірки і до 290 балів, що відповідає п'яти зіркам та інші системи класифікацій). Так, асоціація готелів Північних країн Європи



(Данії, Швеції, Норвегії) теж побудована за принципами зірочок, але клас готелю визначають не зірками, а сонцями і под. США, на відміну від інших країн, не використовує офіційно затверджену класифікацію готелів. Американці вважають, що розширення ланцюгів готелів із відповідними системами є гарантією якості<sup>51</sup>.

За розмірами готелі розподіляють на чотири категорії: до 150 номерів, від 150 до 299; від 300 до 600; від 600 і більше номерів. За вартістю номерів є бюджетні (25-30 доларів); економічні (35-55); середні (55-95); першокласні (95-195), а також апартаментні (65-125) і фешенебельні (125-145 доларів).

Історія формування залізничної мережі у країнах світу тісно пов'язана із господарськими, військово-стратегічними потребами. Так, прокладання залізниці у США мало на меті не лише господарську, а й військово-стратегічну мету - освоювати землі так званого Дикого Заходу. До середини ХІХ ст. будівництво залізниць розгорнулося майже в усіх країнах Європи й у США. В Азії, Африці, Австралії воно розпочалося з другої половини ХІХ ст. Якщо перша залізниця в Англії була прокладена 1825 р., то в Україні - у 1861 р. (Перемишль - Львів). Протяжність залізниць світу в 1913 р. досягла 1 млн км. Під час всесвітньої кризи 30-х років приріст залізничної мережі уповільнився, а в багатьох розвинутих країнах були навіть закриті й демонтовані переважно старі лінії. У наш час простежується тенденція до скорочення протяжності залізниць. Якщо в 50-х роках ХХ ст. у світі вона становила 1320 тис км, то в середині 90-х - 1180 тис. км.

Щільність залізничної мережі, яка вимірюється кількістю кілометрів залізничної колії на 100 км<sup>2</sup> території, найвища у розвинутих країнах. У Німеччині, наприклад, вона становить майже 11 км/100 км<sup>2</sup>, Японії - понад 7 км/100 км<sup>2</sup>, США - 1,7 км/100 км<sup>2</sup>, а в Африці 1 км залізничної колії припадає на 300 км<sup>2</sup>, Азії - на 200 км поверхні суші. В Україні щільність залізничної мережі сягає 3,8 км/100 км<sup>2</sup> БЗ. Подальший розвиток залізничного транспорту з метою посилення його значення у формуванні туристичних пасажиропотоків повинен розвиватися за такими напрямками<sup>53</sup>:

- прокладання високошвидкісних магістралей;
- підвищення комфортності вагономісць до готельного рівня;
- організація спеціальних туристичних поїздів на залізничному транспорті.

На коротких дистанціях, а також на екскурсійних маршрутах, серйозно конкурують зі залізничним транспортом автомобільні перевезення. Роль автотранспорту, який перевозить туристів безрейсовими, але добротними дорогами, дуже вагома. Особливо він зручний для перевезення туристів на незначні відстані. Щоправда, внаслідок прокладання сучасних доріг - автобанів - радіус вигідності перевезення туристів постійно зростає і може досягати понад 1 тис. км.

Автомобільний транспорт особливої популярності серед туристів світу набув у період між двома світовими війнами. Цьому сприяли не лише збільшення кількості автомобілів, а й відкриття мережі заправок, майстерень з їхнього ремонту, організованих стоянок. Здійснювали реконструкцію

старих і будівництво нових доріг. У 1937 р. у світі налічувалося 40 млн автомобілів. За останні 70 років їхня кількість збільшилася майже у 20 разів. Протяжність автодоріг досягла близько 30 млн км, а протяжність автострад, що спеціально будують для швидкісного сполучення, також постійно зростає. Наприклад, у США за загальної протяжності автомобільних доріг 6370 тис. км автостради становлять 73,1 тис. км, Японії відповідно - 1153 й автострад 53,3 тис. км, Франції - 974,0, у тому числі автострад - 7,9 тис. км, Німеччині - 656, 0, у тому числі автострад 11,1 тис. км, Польщі - 377 тис. км, автострад 0,24 тис. км, Чехії - 128, у тому числі автострад 0,39 тис. км. В Україні поліпшені дороги становлять понад 160 тис. км<sup>54</sup>.

Автобусний туризм, зокрема міжнародний, є відносно молодим. Він започаткований у 70-х роках ХХ ст. Після загострення конкуренції між залізничними й автобусними компаніями було створено об'єднання автобусних перевізників - Раду "Євроліній" ("Eurolines"), яке об'єднало 33 європейські країни. Після підписання Шенгенської угоди середньорічне зростання автобусних перевезень становило 1,5 %бв. Особливо популярними стали міжнародні тури вихідного дня містами Європи. Автобусотури тривають упродовж року, бо на його розвиток менше впливають кліматичні умови.

Автобусні перевезення здійснюють і на власних автобусах туристичних фірм, а також на орендованих автобусах у незалежних автотранспортних підприємств.

Одним із найдешевших способів перевезення пасажирів-туристів спеціалісти вважають водний транспорт, що здійснюють за допомогою пароплавів, паромів, катерів. Дуже популярний серед туристів круїзний відпочинок, попит на який постійно зростає. У світі круїзні компанії експлуатують сотні пасажирських суден. Основна технічна тенденція останніх років - збільшення розмірів кораблів аж до 2 тис. і більше пасажирів-круїзників.

Найбільший пасажирський лайнер світу - американський Oasis of the Seas ("Оазис морів") - може розмістити на 16 палубах 2160 членів екіпажу.

Зростає масовість повітряного, авіаційного транспорту. Завдяки йому скорочуються терміни подорожі, зростають короткотривалі тури на великі відстані.

Нині у світі налічується понад 1300 авіакомпаній. У середньому щорічно на авіарейсах перевозять 1,5 млрд осіб. В обслуговуванні міжнародних повітряних сполучень бере участь понад 1 тис. аеропортів<sup>58</sup>. Найпопулярнішими авіакомпаніями серед міжнародних пасажирів-туристів вважають американські "Delta Airlines", "Pan American", "United", французьку "Air France", німецьку "Lufthansa", британську "British Airways" та ін.

Мережа міжнародних перевезень покриває всі туристичні макрорегіони та субрегіони світу і понад 150 держав світу.

Регулюють авіаперевезення Міжнародні авіаційні організації. Найавторитетніша з-поміж світових структур авіатранспорту Міжнародна

організація цивільної авіації (/CAO), яка об'єднує 183 держави. Відома також Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA). Туристичні агентства беруть участь у міжнародних авіаційних організаціях через спеціальне відділення Міжнародної організації агентів авіакомпаній, а також через міжнародну організацію цивільних аеропортів.

Попит на авіатранспорт особливо зріс після впровадження реактивних двигунів у 50-х роках ХХ ст. Завдяки цьому європейці, американці мають змогу відпочивати у найвіддаленіших регіонах світу, зокрема в туристичних центрах Карибського басейну, Середземномор'я, на островах Тихого, Індійського океанів, у Південно-Східній Азії, Австралії й інших регіонах.

Серед інших інфраструктурних галузей туризму чільне місце посідає сувенірне виробництво, яке ґрунтується на створенні й популяризації мистецьких зразків і враховує національні особливості території, де прокладені насамперед міжнародні туристичні маршрути.

Людська цивілізація в сучасних умовах опинилася на межі епох, коли постіндустріальне суспільство змінило інформаційне, а старі технології, уявлення, теорії та цінності себе вичерпують. Досягнення інформаційно-технологічної революції проникають у всі сфери життєдіяльності людини, підкоряючи і матеріальне виробництво, і сферу послуг.

Саме слово "інформація" (informatio) означає роз'яснення, виклад. У Великому тлумачному словнику сучасної української мови зауважено: інформація - це відомості про які-небудь події, чийсь діяльність і т. ін., повідомлення про щось<sup>70</sup>. Дещо спрощене трактування значно ширше подають українські вчені. Так, Л. Мельник, С. Ільяшенко, В. Касьяненко розглядають дефініцію "інформація" як "природну реальність, що містить характерні ознаки предметів і явищ природи, які проявляються в просторі і часі"<sup>71</sup>. Науковці П. Біленчук, Б. Романюк і В. Цимбалюк під інформацією розуміють сукупність (позначених термінами) взаємопов'язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб громадян та суспільства на основі вироблення, розвитку і застосування інформаційних систем, мереж ресурсів та інформаційних технологій, які побудовані на основі використання сучасної обчислювальної та комунікаційної техніки.

Зауважимо, що у вітчизняній суспільній географії також звертається увага на терміни і поняття "інформація", "інформаційні ресурси". Наприклад, професор О. Шаблій у праці "Основи загальної суспільної географії", обґрунтовуючи визначення природних ресурсів, зазначає: до них "...належать усі речовинні, енергетичні й інформаційні властивості природного довкілля, які прямо чи опосередковано можуть задовольняти життєві потреби людини (суспільства)"<sup>78</sup>. Класифікуючи природні ресурси, учений з групи ресурсів сфери послуг разом із рекреаційними, котрі використовують для фізичного та духовного оздоровлення людей, виокремлює науково-інформаційні ресурси: генетичний фонд (генофонд) території, що складається з двох субстанцій -

природного й штучного ("цивілізаційного") походження. Останній сформувався внаслідок цілеспрямованої людської діяльності.

Отже, професор О. Шаблій дефініцію "інформація" як природну реальність суттєво доповнює саме "ресурсом" цивілізаційного походження, наголошуючи, що "...ресурси для задоволення науково-інформаційних потреб людини і суспільства... можна розглядати як окрему групу серед ресурсів для духовних потреб".

У свою чергу економіст-географ, ректор Таврійського національного університету професор М. Багров, характеризуючи місце географії як комплексної науки в інформаційному суспільстві, зауважує особливості розвитку, пов'язані з тим, що:

- розвиток комп'ютеризації дасть доступ людям до надійних джерел інформації і позбавить їх від рутинної праці, забезпечивши високий рівень автоматизації виробництва, праці;

- його продукт стане "інформаційно місткішим", а це зумовить чимале збільшення частки інновацій, послуг у його вартості;

- виробництво інформаційного продукту, а не матеріального, буде рушійною силою існування і розвитку суспільства<sup>75</sup>.

Більшість учених розглядають інформаційні технології як основний чинник, що впливає на формування соціально-економічних основ нової суспільної системи. Якщо спочатку вони були рушійною силою для традиційних галузей виробництва, то згодом, у зв'язку з розвитком та інтенсифікацією інформаційних обмінів, їх все ширше почали застосовувати на світовому ринку послуг, зокрема у вивченні туристичного простору та в організації туристичного бізнесу.

Сьогодні навіть найменші туристичні фірми готові впроваджувати сучасні інформаційні технології, які здатні впродовж короткого періоду давати необхідну інформацію, зокрема про транспортні засоби, можливості житлово-готельного фонду, а також в автоматичному режимі здійснювати управлінські рішення, пов'язані з реалізацією туризму споживачами.

Завдяки об'єднанню нашої планети в єдину телекомунікаційну комп'ютерну мережу, що відбулося у 90-х роках ХХ ст., вона стала основою світової інформаційної системи та комунікаційних процесів. Інформація в таких умовах належить до вагомих і навіть дорогих ресурсів розвитку суспільства, підвищення конкурентоспроможності туристичних фірм, стимулювання інновацій. Унаслідок цього комунікаційні потреби можна реалізувати віртуально через спілкування продавців інформації про туристичні послуги (туроператори і турагенти) з клієнтами-споживачами, де виробниками туристичного продукту є транспортні підприємства, готельні комплекси, екскурсійні бюро та ін.

Отже, в умовах постіндустріального й інформаційного суспільства туристична інформація стала важливою складовою світового інформаційного простору, маючи відповідну вартість і ціну. Тому доцільно розглядати інформаційні ресурси, у складі яких чільне місце посідають туристичні інформаційні ресурси. За висловом молодого вченого А. Шевчука,

інформаційні ресурси - це сховище (запаси) інформації різних типів та призначення.

Ступінь розвитку інформаційних ресурсів визначає загальний рівень його інформатизації. Інформатизація - це сукупність суспільно-організаційних, соціально-економічних і науково-технічних процесів, спрямованих на створення умов для задоволення інформаційних потреб, які в туризмі зводяться до пізнавальної потреби у туристичних послугах. Інформатизація у туризмі пов'язана з упровадженням комп'ютерних систем, що докорінно змінило процес розвитку туристичних компаній. Це відбулося внаслідок використання централізованих систем обробки і зберігання даних, систем планування та контролю. Наприклад, упровадження в готельний комплекс сучасних інформаційних технологій значно спростило бронювання місць, удосконалило процедуру розрахунків із клієнтами, посилило контроль за доходами, оплатою праці, зайнятістю, поліпшило відомості про транспортні засоби тощо. За виконуваними функціями вчений С. Юрченко поділяє комп'ютерні системи в туризмі на три класи:

1. Головні технологічні системи, де реалізують виконання замовлень клієнтів, через доступ до головної комп'ютерної системи резервування.

2. Допоміжні системи, що автоматизують функції тур-фірми з оформлення необхідних документів.

3. Системи управління - інформаційно-радницькі системи, які концентрують інформацію про діяльність фірми і призначені для прийняття управлінських рішень.

Всесвітня туристична організація намагається створити єдину світову уніфіковану графічну інформаційну систему для туризму. Однак через різне позначення одних і тих самих об'єктів у різних країнах світу вона не створена.

Первинною базою для такої інформаційної системи, можуть слугувати туристично-інформаційні центри, створені у більшості міст, а також селах світу, які вирізняються інтерактивними туристичними ресурсами. Такі центри вже існують і продовжують створюватися в Україні.

Виникає запитання: що ж таке інформаційні та інформаційно-віртуальні туристичні ресурси?

Російські вчені І. Зорін та В. Квартальнов до інформаційних туристичних ресурсів відносять інформацію про об'єкти, розташовані на туристичному маршруті, які вирізняються історичною, художньою, науковою чи пізнавальною цінністю, містять відомості про топоніміку міст, сіл, селищ, урочищ, пов'язані з ними легенди та міфи, присвячені їм літературні твори, наукові праці, путівники, карти, художні альбоми, світлини, аудіо- та відеопродукти, навіть про тих, хто володіє інформацією і вміє передати її в цікавій для туристів формі<sup>7\*</sup>.

Поняття "інформаційні туристичні ресурси" львівські вчені - автори підручника "Міжнародний туризм і сфера послуг" (К., 2008) трактують як "сукупність форм і видів інформації про конкретну територію чи об'єкти, про історію території, про культуру, природу і населення, отриману туристами

безпосередньо під час подорожі у процесі підготовки до неї чи після подорожі.

Специфіка туризму в тому, що в момент купівлі потрібного туристичного продукту він існує лише на сайті бронювання, де покупець лише віртуально (лат. *virtus* - потенційний, можливий, а також уявний, уявлюваний на відміну від лат. *realis* - дійсний, існуючий) користується туристичним продуктом. Особливістю такого ресурсу є те, що запропонований товар такого ресурсу не можна попробувати, скажімо, на дотик чи на смак, перш ніж прийняти рішення про покупку, - а використати лише на місці створення (виробництва) та розташування. У зв'язку з цим поняття "інформаційні туристичні ресурси" набуває дещо інших обрисів, які повинні бути доповнені поняттям "інформаційно-віртуальні туристичні ресурси". На наш погляд, інформаційно-віртуальні туристичні ресурси - це банки даних про туристичні об'єкти (засоби розміщення відпочиваючих, пам'ятки та пам'ятники, побут, звичаї народів тощо), набір і вартість туристичних послуг, існуюча інфраструктура, подані й доступні у цифровому або електронному вигляді (Інтернет-сторінки, інтерактивні атласи та карти, засоби оплати і резервування), які використовують для задоволення різноманітних потреб сучасного споживача туристичних послуг.

## **Тема 8. Природні туристичні ресурси світу.**

1. Різновиди природних туристичних ресурсів.
2. Оцінка та поширення кліматичних ресурсів.
3. Географічна оцінка та розміщення бальнеологічних ресурсів у світі.
4. Географічна оцінка водних туристичних ресурсів.
5. Географічна оцінка біотичних туристичних ресурсів.
6. Ландшафтні та орографічні туристичні ресурси. Географічна оцінка рельєфу як туристичного ресурсу.

Туристична індустрія належить до галузей із виразною ресурсною орієнтацією. Разом із тим, туризм називають "індустрією без труб". Ресурси, задіяні в рекреаційно-туристичній діяльності, при дотриманні елементарних природоохоронних і ресурсозберігаючих правил і технологій, можуть використовуватися тривалий час без суттєвих процесів деградації природних і соціально-культурних комплексів навіть за умови значних антропогенних навантажень. Хоча впливу не уникнути, але він не йде ні в які порівняння із тиском, що чинять на довкілля металургія, хімічна промисловість, лісове чи сільське господарство.

Характеристику рекреаційно-туристичних ресурсів світу розпочнемо з їх природної складової. Насамперед, слід наголосити, що окремі види природних ресурсів впливають на рекреаційно-туристичний процес комплексно, взаємодіють і взаємодоповнюють один одного і формують те неповторне природне оточення, на фоні якого людина реалізує свою потребу відпочивати та відтворювати життєву енергію.

Можна припустити, що туризм, особливо окремі його види, може існувати на основі штучно створених компонентів природного середовища. На практиці ж слід констатувати, що без відповідних природних ресурсів, розвиток і реалізація відповідних функцій є проблематичними.

Серед природних туристичних ресурсів найбільше значення для індустрії туризму та рекреаційної діяльності мають кліматотерапевтичні, водні, бальнеологічні і ландшафтні складові, які доцільно об'єднувати у клас ресурсів першого порядку (рис. 1). Ця група ресурсів має безпосередній вплив на розвиток рекреаційного і туристичного процесів.



Рис. 1. Структура природних туристичних ресурсів

До природних туристичних ресурсів другого порядку, які опосередковано впливають на рекреаційні і туристичні процеси, слід віднести орографічні, лісові та флоро-фауністичні або біотичні складники. Варто мати на увазі, що ресурси другого порядку у багатьох випадках можуть мати безпосереднє значення і відігравати провідну роль при формуванні туристичних комплексів та поширенні окремих видів відпочинку і туризму, наприклад, альпінізм, скелелазіння, збирання грибів чи лікарських трав для власного вжитку, сафарі і фотосафарі тощо.

Критерієм поділу окремих видів природних туристичних ресурсів на дві групи є їх вплив на масовість, сезонність і потужність туристичних і рекреаційних потоків, які формуються під дією окремих складових природно-географічного потенціалу.

Клімат, погода, їх комфортність і вплив на самопочуття людини є визначальними, а в багатьох випадках навіть лімітуючими чинниками розвитку для більшості функціональних типів територіальних рекреаційних систем, туристичних комплексів і масових видів туризму. Наприклад, сприятливість помірною, тропічною та субтропічною клімату дозволяє розвивати практично всі види рекреаційно-туристичної діяльності. Тоді як суворість арктичних і антарктичних районів, згубність для здоров'я людини, особливо європейців, екваторіального клімату з його високими температурами та вологістю, унеможливають розвиток масового туризму в цих кліматичних поясах. Натомість, з'являється можливість запроваджувати екологічні, наукові чи екстремальні види туризму, яким притаманна незначна інтенсивність і вибірковість.

Клімат безпосередньо впливає на потужність і сезонність туристичних потоків, стає природним регулятором цінової політики в межах головних туристичних районів світу та окремих країн. Саме кліматичні особливості актуалізували одну з нагальних проблем розвитку туристичної індустрії світу - проблему пікового завантаження засобів розміщення туристів і сезонності робочих місць. "Мертвий сезон" (зимовий чи дощовий період) примушує одну частину інфраструктурних закладів тимчасово припиняти свою роботу, а іншу - у кілька разів зменшувати вартість більшості послуг. У вииграші опиняються ті країни чи їх частини, територія яких знаходиться у комфортних кліматичних і погодних умовах, де сезонні коливання головних метеорологічних характеристик мінімальні і дозволяють обслуговувати туристів протягом року. Прикладами є курорти країн Карибського басейну, іспанського острова Майорка, туніського острова Джерба тощо.

Оцінку кліматичних і погодних туристичних ресурсів слід проводити із урахуванням погодно-кліматичного комплексу, до якого належить ряд головних показників: сумарна радіація, атмосферний тиск, пересічна температура повітря (місячна і річна) та його вологість, середня кількість опадів протягом сезонів, панівні та місцеві вітри, баричні та термічні добові амплітуди, геомагнітна активність.

Усе погодно-кліматичне розмаїття за силою впливу на рекреаційні та туристичні процеси ділиться на кілька класів комфортності, які позначаються



на розвитку масового туризму і регулюють його інтенсивність: комфортний, сезонно комфортний, субкомфортний і дискомфортний.

Комфортний і сезонно комфортний погодно-кліматичні комплекси створюють зони суб'єктивно приємних тепловідчуттів без ознак переохолодження чи перегріву. У межах таких зон виникають сприятливі умови для організації масових видів рекреаційно-туристичної діяльності, в першу чергу, пляжно-купального відпочинку.

Комфортний і сезонно комфортний погодно-кліматичні комплекси у Європі формуються в межах субтропічного кліматичного поясу, який включає більшу частину Південної Європи, за винятком Паданської низовини, півночі Піренейського та Балканського півостровів. У приатлантичній частині цього поясу середземноморський клімат, якому притаманні високі середньомісячні температури літнього сезону (вище  $+20^{\circ}\text{C}$ ), плюсові зимові температури. Влітку тут панує тропічне повітря й антициклонльний стан атмосфери зі стійкою ясною погодою.

У межах азійського континенту комфортні та сезонно комфортні для відпочинку умови формуються в межах субтропічного (узбережжя Малої Азії, захід Леванту, Японські острови без Хоккайдо і Рюкю, Східний Китай, південь Корейського півострова), субекваторіального (півострови Індокитай та Індостан без пустелі Тар, острів Шрі-Ланка без південно-західної частини, Філіппінські острови без південної половини острова Мінданао, південний схід Малайського архіпелагу, Південний Китай).

На території Америки комфортні і сезонно комфортні погодно-кліматичні комплекси приурочені до субтропічного кліматичного поясу в межах західного та східного узбереж Північної та Південної Америки, до субекваторіального поясу в межах східних схилів Гвіанського плоскогір'я, більшої частини Бразильського плоскогір'я, до тропічного поясу - Карибський басейн, Центральна Америка.

На африканському континенті ареали з комфортними і сезонно комфортними умовами для відпочинку сформувалися на середземноморському, південно-східному та південному узбережжі, де переважає субтропічний і тропічний клімат.

Австралійський континент не є винятком із загального правила - на південно-східному і південно-західному узбережжі, які лежать в межах субтропіків і тропіків, сформувалися комфортні та сезонні комфортні умови для рекреаційно-туристичної діяльності.

Нова Зеландія й Океанія майже повністю розташовані в межах комфортних і сезонно комфортних погодно-кліматичних умов, що створює передумови для цілорічного функціонування інфраструктурних об'єктів.

Клас субкомфортних погодно-кліматичних комплексів формує добрі та задовільні передумови для організації традиційних видів літнього і зимового відпочинку. Субкомфортні умови викликають певне напруження у терморегуляторних функціях організму, пов'язане з незначним перегрівом чи переохолодженням. Це є наслідком впливу відносно сприятливих погодно-кліматичних характеристик: слабка циклонічна діяльність, добові коливання

тем-ператури у межах 5-6°C, швидкість вітру, що коливається в межах 4-6 м/с, температура повітря вища +27°C під час літнього відпочинку, нижча - 10°C або з переходом через 0°C під час зимового відпочинку, підвищена вологість повітря тощо.

Головними територіями, де сформувалися субкомфортні умови, є більшість регіонів із помірним і тропічним кліматом, особливо у внутрішньоконтинентальних районах.

Дискомфортний погодно-кліматичний комплекс створює передумови для появи метеотропних реакцій та метеопатії і формує зону суб'єктивно негативних теплових відчуттів, які проявляються у значному переохолодженні чи перегріванні. Це викликано несприятливими погодно-кліматичними характеристиками: дуже спекотна та волога, а також морозна погода, сильний вітер (більше 9 м/с), часті опади, тумани, грози, хуртовини та інші небезпечні метеорологічні явища, різка зміна погодних умов протягом доби тощо. Дискомфортні умови різко обмежують можливості для організації традиційних видів відпочинку, але залишають можливості для розвитку альтернативного туризму.

На значній частині територій, що лежать у межах екваторіального поясу, практично в усіх полярних і субполярних широтах формуються погодно-кліматичні умови, що належать до класу дискомфортних.

Більшість території України лежить у помірному кліматичному поясі. Клімат України, з точки зору організації рекреаційно-туристичної діяльності, належить до класу "сезонно комфортний" і "субкомфортний", що є у цілому позитивним чинником розвитку індустрії туризму.

Ландшафтні ресурси двояко впливають на розвиток туризму. Із одного боку, ландшафт є середовищем, у якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, а з іншого - унікальним об'єктом споглядання, тобто перетворюється на туристичну атракцію.

Ландшафт як природне оточення рекреаційно-туристичної діяльності, формує рівень сприятливості для відпочинку й естетичності відчуттів, які його супроводжують. Перевагу отримують ті країни та регіони, які володіють ландшафтною мозаїчністю і поєднанням на обмежених територіях пляжних прибережних і прируслових, гірських, лісових, приозерних місцевостей у різних комбінаціях.

Ландшафт і як середовище, в якому відбуваються рекреаційно-туристичні процеси, і як об'єкт споглядання - різновид культурного ландшафту. Навіть у випадку, коли ландшафт "дикий" і незайманий людиною, але включений до туристичної діяльності для спостереження і споглядання, він стає культурним. Через систему причинно-наслідкових зв'язків, такий ландшафт впливає на людину, її свідомість, сприйняття довкілля та подальшу суспільно-корисну діяльність, а сама людина, лише споглядаючи, залучає таку геосистему до власного культурного кола.

Серед різноманіття рекреаційно-туристичних ландшафтів як середовища, в якому відбуваються рекреаційні процеси, виділяються кілька типів (лікувально-оздоровчі, спортивно-туристичні та інші) та видів, таких як

бальнеологічні, підводні коралові, сакральні тощо.

До країн із потужними і різноманітними ландшафтними рекреаційно-туристичними ресурсами належить більшість країн Європи: Франція, Німеччина, Велика Британія, Італія, Греція, Австрія, Швейцарія, Україна, Угорщина, Іспанія, Румунія, Польща, Норвегія. Серед інших держав виділяються Мексика, Куба, Таїланд, Південно-Африканська Республіка, Кенія та багато інших країн світу. Надзвичайно багатими ландшафтними ресурсами володіють США, Росія, Китай, Австралія, Канада, Індія, Бразилія, але, через великі площі, вони розкидані територією цих держав.

Ландшафт, що перетворюється на об'єкт туристського споглядання, належить до естетично привабливих, унікальних природних комплексів, де на перший план виходить один із його виняткових за візуальним сприйняттям складників: рельєф, загальний характер поверхневих і підземних вод, рослинні і тваринні формації тощо. Це можуть бути каньйони, незаймані ділянки лісів, карсти, водоспади, провалля, кратери вулканів, гірські схили, окремі скелі чи вершини, коралові споруди та інші природні об'єкти.

Екстраординарність природного об'єкту у поєднанні із розумною рекламою здатна перетворити один такий ландшафт на головну туристичну принаду цілої країни. Прикладом може бути каньйон річки Колорадо у США. Свого часу він був названий гордістю Америки, а нині ерозійні форми рельєфу річкової долини стали основою створення національних парків "Каньйонлендс" та "Гранд Каньйон" і місцем проведення численних турів.

Не менш унікальними та привабливими для споглядання ландшафтами є базальтова "Бруківка Гігантів" поблизу підніжжя гір Антрім, що у Північній Ірландії; кратер Нгоронгоро в Танзанії - велетенська вулканічна кальдера, відрізана від зовнішнього світу практично прямовисними 700-метровими стінами з особливою флорою та фауною; долина Роторуа або "країна гарячої води" (Нова Зеландія) із сотнями гарячих і холодних джерел, знаменитими гейзерами і специфічним запахом від води, насиченої сірководнем; підніжжя згаслого вулкану Памуккале в Туреччині, яке має поетичну назву "Царство сплячих водоспадів" і багато інших виняткових, неповторних куточків природи, які, мов магніт, притягують до себе десятки і сотні тисяч туристів з різних куточків світу.

Гідрографічні об'єкти у поєднанні із комфортними погоднокліматичними умовами перетворилися у визначальний чинник розвитку рекреаційно-туристичних процесів. Океани та моря, озера, великі та малі річки, водосховища стали головними "коридорами" росту для багатьох територіальних рекреаційних систем.

Головною складовою частиною водних рекреаційно-туристичних ресурсів нині стали морські й океанічні узбережжя з м'яким кліматом<sup>4</sup> і зручними пляжами, що перетворило їх на рекреаційно-туристичні мегаструктури планетарного масштабу - "узбережжя теплих морів", у межах яких концентрується до 80 % загального обсягу туристичних потоків світу.

"Узбережжя теплих морів" включають кілька туристично-рекреаційних районів світового значення: Середземноморський басейн, Карибський басейн, Каліфорнійське узбережжя Північної Америки, південно-східне узбережжя Австралії й Океанія. Швидкими темпами росте роль узбереж країн Південно-Східної Азії та Південної Африки (див. додаток).

Найкрасивішим пляжем світу вважається Pink Sands Beach на багамському острові Харбор. Назва пляжу пов'язана із рожевим піском, який на фоні блакитного моря і неба залишає казкові враження. Слава найдовшого пляжу належить Cox's Bazar у Бангладеш. Він простягається на 120 км. Пляж Las Salinas на іспанському острові Ібіца декілька років поспіль утримує світове звання наймоднішого. Мальовничість пейзажів пляжу Anse Source D'Argent на Сейшельських островах зробили його найбільш фотографованим у світі. Протягом останніх десятиліть кубинський Varadero не поступається званням найчистішого пляжу планети. Знаменита Сорасабана в Ріо-де-Жанейро вважається найкращим міським пляжем світу. Флоридський South Beach визнано най-кращим топлес-пляжем світу. Пляжі індонезійського острова Ломбок отримали світове визнання як найбільш тихі і спокійні. Найбільшою популярністю серед нудистів усього світу користується пляж курорту Коверсада у Хорватії. Пальму першості серед найбільш "диких" виборів пляж Вакайя, що на Фіджі.

Попит на рекреаційно-туристичні послуги в Європі та Америці привів до освоєння і менш комфортних узбереж прохолодних морів, які, значною мірою, задовольняють потреби місцевого населення і дозволяють знімати пікові навантаження з південних регіонів у літній період. Яскравим прикладом такого освоєння є узбережжя Балтійського і Північного морів.

Озера приваблюють туристів і як місця пляжно-купального відпочинку з елементами водного туризму, і як об'єкти споглядання. Прикладом першого напрямку використання приозерних природних комплексів є Балатон (Угорщина), Озерний округ (Велика Британія), Мазурський приозерний край (Польща), Шацькі озера (Україна), другого - Байкал (Росія), Тітікака (кордон Перу та Болівії), Іскандеркуль (Таджикистан).

Річки здавна виконують дуже важливу роль у житті людини. Це - природні оборонні рубежі, транспортні артерії, джерела енергії, прісної води й риби, традиційні місця відпочинку. Остання функція набуває дедалі більшої ваги у сьогоденному світі.

Річки стають стрижнями опорного рекреаційно-туристичного каркасу цілих країн і окремих регіонів. Яскравими прикладами є Україна, де Дніпро і його притоки перетворилися на головні "коридори" росту багатьох обласних рекреаційних систем, Бразилія, де Амазонка стала магістральною віссю туристичного освоєння глибинних районів країни. Міссісіпі та її басейн - один із головних внутрішніх туристично-рекреаційних районів США.

Природні туристичні ресурси другого порядку (біотичні) мають значний вплив на розвиток як масового, так і альтернативного, особливо екологічного й наукового, туризму. Значну роль окремі види ресурсів другого порядку відіграють у формуванні екстремальних видів туризму.

Особлива роль у розвитку та еволюції рекреаційно-туристичної діяльності належить лісовим ресурсам помірного, тропічного й субекваторіального поясів.

Ліси помірного поясу, насамперед соснові, поліпшують якість повітря, наповнюють його ефірними оліями, алкалоїдами, фітонцидами і вбивають хвороботворні бактерії. Такі лісові масиви стають основою для функціонування оздоровчих закладів і місцями масового відпочинку населення. Для більшості європейських країн, особливо для Німеччини, Австрії, скандинавських держав, Польщі, України, Росії ліси є потужним природним рекреаційно-туристичним ресурсом.

Тропічні та субекваторіальні ліси - джерело надзвичайного біологічного різноманіття у планетарному масштабі. Їхня роль у розвитку туризму стрімко зростає протягом останніх 20-30 років. Причина криється в активному розвитку екологічного туризму, який у Бразилії, Індії, Індонезії, Лаосі й інших країнах цих географічних поясів приходить на зміну лісозаготівлі.

Геологічні або бальнеологічні ресурси широко використовуються в рекреаційно-туристичній діяльності. Мінеральні і термальні води, лікувальні грязі, бішофіт є природною основою для розвитку оздоровчо-лікувального туризму, який поширений у північноамериканських країнах, в Австралії, Ізраїлі, у більшості європейських країнах, у тому числі і в Україні.

Використання бальнеологічних ресурсів передбачає наявність певних традицій, культури їх медико-рекреаційного споживання, достатнього рівня розвитку медицини і медичних технологій. Відсутність цих соціальних складників загальної культури відпочинку та медичного обслуговування обумовлює низький рівень використання бальнеологічних ресурсів на африканському континенті, у багатьох азійських державах, незважаючи на те, що надра даних регіонів містять значні запаси відповідної сировини.

Велике значення для туризму та рекреації має рельєф. Орографічні ресурси, у першу чергу, нерівності земної поверхні, а особливо наявність складчастих споруд, сприяють розвитку окремих напрямків рекреаційно-туристичної діяльності, пов'язаних зі спуском чи підйомом: гірськолижний і пішохідний туризм, альпінізм, скелелазіння, даунхіл, дельтапланеризм тощо. На інтенсивність туристичного використання гірських споруд впливає не стільки їх привабливість чи доступність, скільки рівень освоєння прилеглих територій і близькість до споживчого ринку. Прикладами є Альпи, Карпати, Піренеї, Балканські гори, які стали "домашніми" для європейців. Ця закономірність не спрацьовує для екстремальних видів туризму, де відстань, доступність і освоєння прилеглих районів відходять на другий план.

Карстові печери, пляжі, коралові рифи, відслонення гірських порід та інші привабливі геоморфологічні об'єкти - підґрунтя для розвою пляжно-купального, екологічного, наукового, екстремального і пізнавального туризму. Найбільш відомі з них перетворюються на туристичні атракції світового рівня. До переліку таких об'єктів належить Флінт-Рідж-Мамонтова печера - найдовша карстова печера світу, яка розташована на території штату Кентуккі у США. Довжина її ходів станом на 2006 р. складає 563 км. До

туристичного використання вона залучена з 1816 р. Із загальної довжини розвіданих печерних ходів для туристичних потреб використовується близько 18 км.

Комплекс підземних ходів став основою природного парку "Мамонтова печера", що отримав статус національного у 1941 р. і зорієнтованого на обслуговування туристів.

Нині "Мамонтова печера" - високоорганізований туристичний комплекс із готелями, кемпінгами, магазинами, закладами харчування й іншою необхідною інфраструктурою. До послуг туристів кваліфіковані гіді, більше 100 км доглянутих доріг для велосипедистів і стежок для любителів верхової їзди та пішохідних прогулянок, обладнаних оглядовими панорамними майданчиками (так звана суперточка-тур) і пояснювальною інформацією, про об'єкти, що опиняються у полі зору.

Візитерам, які зібралися до підземелля, на вибір пропонуються три групи турів печерою: ознайомчі ("Прохід через Мамонтову" і "Замерзла Ніагара"), генеральні ("Історичний тур", "Гранд Авеню тур", "Нові ходи") і спеціальні ("Дика печера" - один із найбільш тривалих і складних маршрутів, "Офіційне представлення печери", "Жабеня" - тур, який розрахований лише на 8-12-річних відвідувачів, "Подорож річкою Стікс", "Сніжка", "Подорож містом фіалок із ліхтарем " та ін.). Щороку печеру відвідують близько 60-80 тис. туристів.

## Тема 9. Історико-культурні туристичні ресурси світу.

1. Сучасні види історико-культурних ресурсів.
2. Географія найбільш атрактивних історико-культурних ресурсів Європейського туристичного регіону та світу.
3. Географічна оцінка археологічних туристичних ресурсів. Туристична привабливість археологічних пам'яток світу. Архітектурні туристичні ресурси.
4. Пам'ятки історії та культури. Туристична привабливість музеїв та музеїв заповідників. Історичні міста. Монументальне мистецтво, техногенні туристичні ресурси.
5. Об'єкти всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, їх розташування у світі.
6. Етнічні та етнографічні ресурси.
7. Подієві ресурси. Види подієвих ресурсів та їх географічна характеристика.

Історико-культурні туристичні ресурси - матеріальні об'єкти, що несуть семантичну та естетичну інформацію і можуть використовуватися в екскурсійно-туристичній діяльності для задоволення специфічних соціальних і рекреаційних потреб особистості. Такі ресурси мають різну пізнавальну та естетичну цінність, а тому поділяються на кілька рівнів: місцевий, національний або державний і міжнаціональний або світовий.



Рис. 1. Рівні пізнавальної цінності суспільних туристичних ресурсів

Архітектурні споруди, як об'єкти споглядання, переходять до рангу туристичних ресурсів у разі їх унікальності та культурної значимості. Головну роль при цьому відіграє обсяг семантичної інформації, сконцентрованої в об'єкті, його естетична і науково-пізнавальна цінність. Важливим моментом також є рівень подієвості, який дозволяє залучати

кілька історико-культурних пластів і перетворювати архітектурні комплекси на вузлові пункти при організації екскурсій та інших видів рекреаційної і туристичної діяльності.

За функціональним призначенням архітектурні споруди, нині залучені до рекреаційно-туристичної діяльності, поділяються на громадські, сакральні, або культові, фортифікаційні, технічні. Вони є основою для організації спеціальних турів, присвячених ознайомленню із окремими сторонами матеріальної культури територіальних громад і цивілізаційних масивів.

На практиці архітектурні споруди із високим рівнем атрактивності досить часто мають подвійне використання. У них розміщуються музеї, готелі, ресторани тощо. У багатьох випадках архітектурні атракції використовуються за прямим призначенням, особливо це стосується сакральних споруд.

Археологічні ресурси відносно зрідка стають визначальним чинником формування туристичних комплексів чи спеціалізованих рекреаційних систем. Але знахідки археологів, зібрані в одному місці, формують музейні експозиції і стають привабливими для сотень тисяч туристів. Таку ж притягальну силу мають і місця, де були зроблені унікальні археологічні відкриття, які проливають світло на історію людства та цивілізацій, здатні викликати в людини певні почуття та переживання. Давні міста цивілізацій майя, інків у країнах Центральної Америки, Помпеї в Італії, Єгипет з його "Долиною Царів" у Луксорі - яскраві тому приклади.

Літературно-мистецькі, героїко-виховні і науково-пізнавальні туристичні ресурси дуже часто пов'язані з іменами людей, які лишили слід в історії людства, чи знаковими подіями, що супроводжували розвиток культури й історії. Вони опосередковано впливають на формування і потужність туристичних потоків. Їх виділенню в окремі групи сприяє історичний підхід і культурна значимість. Перераховані види ресурсів стимулюють створення музеїв, тематичних парків, стають підґрунтям для виділення музейних місцевостей і комплексів, історико-культурних заповідників (як в Україні) або національних історичних парків (як у США). Прикладами таких об'єктів є національний історико-культурний заповідник "Гетьманська столиця", створений у Батурині (Чернігівська область), національний історичний парк "Місце народження Авраама Лінкольна" (Кентуккі, США).

Своєрідним путівником туристичними ресурсами світу є перелік видатних культурних та природних об'єктів, що становлять надбання усього людства і перераховані у відповідному списку, складеному під егідою ЮНЕСКО, який носить назву "Світова спадщина ЮНЕСКО" (World Heritage).

Статус об'єкту Світової спадщини дає певні переваги і накладає обов'язки з їх охорони:

- підвищує престиж територій і керуючих ними установ;
- додаткові гарантії збереження і цілісності унікальних природних і



культурних комплексів;

- сприяє популяризації включених до списку об'єктів і розвитку альтернативних видів природокористування, у першу чергу, туризму, особливо екологічного;
- забезпечує пріоритетність у залученні фінансових коштів для підтримки об'єктів світової культурної і природної спадщини;
- сприяє організації моніторингу і контролю за станом збереження природних і культурних об'єктів.

Головна мета списку Світової спадщини – зробити відомими і захистити об'єкти, які є унікальними у своєму роді. Для цього, та через прагнення до об'єктивності, були складені оціночні критерії. На початку формування переліку (з 1978 року) існували тільки критерії для об'єктів культурної спадщини - цей список налічував шість пунктів. Потім для відновлення рівноваги між різними регіонами і країнами світу з'явилися природні об'єкти і для них було розроблено перелік критеріїв із чотирьох пунктів. І, нарешті, у 2005 році, всі ці критерії були зведені воедино, і тепер кожен об'єкт Світової спадщини має в своєму описі хоч би один з них. Номери критеріїв, зазвичай, позначаються римськими числами, написаними маленькими буквами.

Культурні критерії:

- (1) Об'єкт є шедевром людського творчого генія.
- (2) Об'єкт свідчить про значний взаємовплив людських цінностей у даний період часу або в певному культурному просторі, в архітектурі або в технологіях, у монументальному мистецтві, у плануванні міст або створенні ландшафтів.
- (3) Об'єкт є унікальним або, принаймні, винятковим для культурної традиції або цивілізації, яка існує до цих пір або вже зникла.
- (4) Об'єкт є видатним прикладом конструкції, архітектурного або технологічного ансамблю чи ландшафту, що ілюструє значущий період людської історії.
- (5) Об'єкт є видатним прикладом людської традиційної споруди, з традиційним використанням землі або моря, будучи зразком культури (або культур) або людської взаємодії з навколишнім середовищем, особливо якщо вона стає вразливою через сильний вплив безповоротних змін.
- (6) Об'єкт безпосередньо або матеріально пов'язаний із подіями або існуючими традиціями, з ідеями, віруваннями, з художніми або літературними творами і має виняткову світову важливість (на думку експертів ЮНЕСКО цей критерій повинен переважно використовуватися разом з яким-небудь ще критерієм або критеріями).

Природні критерії:

- (7) Об'єкт є природним феноменом або простором виняткової природної краси й естетичної важливості.
- (8) Об'єкт є видатним зразком головних етапів геологічної історії Землі, зокрема, пам'яткою минулого, символом геологічних процесів, що

відбуваються при розвитку рельєфу, має знакові геоморфологічні чи фізико-географічні особливості.

- (9) Об'єкт є видатним зразком екологічних або біологічних процесів, що відбуваються в еволюції і розвитку тваринного світу, берегових і морських екосистем та рослинних і тваринних екосистем.

- (10) Об'єкт включає найбільш важливе або значне природне місце існування біологічних видів і придатне для збереження в його межах біологічного різноманіття, зокрема зникаючих видів, має виняткову світову цінність з погляду науки і охорони навколишнього середовища.

Станом на січень 2010 р. до списку світової спадщини ЮНЕСКО включено 890 об'єкт із 148 країн (див. додаток), які нерівномірно розподілені регіонами світу - половина із них розташована в Європі і Північній Америці і понад 20 % - в Азії. Ще близько 180 об'єктів чекають на рішення щодо включення до списку.

У структурі Світової спадщини ЮНЕСКО переважають культурні об'єкти, їх частка досягає майже 80 %, трохи менше 20 % - питома вага природних об'єктів. Половина із них розташована у країнах Європи та Північної Америки. Серед них лише кілька українських: історичний центр Львова, столичні пам'ятки Софія Київська та Києво-Печерська Лавра, українська ділянка геодезичної дуги Струве та незаймані букові ліси Карпат. Країнами-лідерами за кількістю світових культурних і природних атракцій є Італія (43 об'єкти), Іспанія (40), Китай (37), Франція і Німеччина (по 33 об'єкти у кожній). Держави, на території яких розташовані об'єкти світової спадщини, беруть на себе зобов'язання з їх збереження.

Подія, видовище із давніх часів є потужним спонукальним чинником до подорожі. Олімпійські змагання у Давній Греції кликали в дорогу десятки тисяч охочих з усього Середземномор'я, сучасні Олімпійські Ігри збирають сотні тисяч вболівальників із усього світу. Сонячне затемнення раніше викликало паніку, виверження вулкану - страх, а нині ці природні явища і стихійні лиха набули здатності приваблювати до місць, де вони відбуваються любителів гострих відчуттів. Туристична індустрія ж здавна навчилася використовувати людську цікавість і перетворювати її на прибуток.

Першим "туроператором", який використав грізне природне явище - всесвітній потоп - для організації подорожі був біблійний Ной. Звичайно, у даному твердженні є частина присмішки і свідомого перебільшення. Але, відкинувши конкретне подієве тло, на фоні якого відбувається плавання Ноя, слід визнати, що Біблія пропонує механізм, технологію використання події з метою подорожі.

Сучасний масовий туризм має свого "Ноя" - англійця Томаса Кука, який починав свою кар'єру із написання статей до баптистського журналу, а в подальшому зумів перетворити людську цікавість, насамперед, до події на організований туризм. У 1841 р. Томас Кук винайняв потяг і відвіз на ньому 570 "друзів тверезого способу життя" із Лейстера до Лафборо на кварталний з'їзд "Асоціації непитущих південних графств центральної Англії". Із того часу подія і явище, які "обіцяють" видовище, посіли чільне місце у переліку

головних спонукальних мотивів до подорожі. Людська цікавість і отримання нових вражень - невичерпне джерело, із якого організатори туристичної справи черпають свою наснагу і прибуток.

Подієві ресурси належать до динамічних чинників формування туристичних потоків, оскільки включають мотиваційні передумови подорожі до місця, де відбувається подія чи явище. Спортивні змагання, культурно-мистецькі заходи, політичні акції, унікальні природні явища - далеко не повний перелік подій, які спонукають людину до мандрівки. Подієві ресурси охоплюють найбільш суттєві прояви сучасного суспільного буття із його модою на глобалізацію, екологію, активний і здоровий спосіб життя, переконаннями й уявленнями про стиль і стереотип поведінки людини у соціумі, включають його пропаганду та механізми реалізації. Необхідно зазначити, що дана теза найбільшою мірою стосується частини світової спільноти, яку прийнято називати Західним світом.

Даний вид ресурсів не підлягає традиційному кількісному вимірюванню. Можна говорити лише про міру впливу подієвих ресурсів на створення туристичної інфраструктури, формування туристичних потоків, яка у нинішньому світі, насамперед, залежить від реклами події та піаракцій навколо неї. Це вказує на те, що "подія", яка використовується у туризмі величезною мірою залежить від суспільних вподобань, від моди й уяви про престижність заходу. Велике значення має постійність і періодичність проведення заходів

Окремі види подієвих ресурсів найбільш доцільно класифікувати за тематикою заходу: національні і релігійні свята, гастрономічні, музичні, театральні фестивалі, спортивні змагання, покази мод, карнавали, технічні салони і виставки, економічні форуми тощо.

За аналогією із рівнями пізнавальної цінності суспільних туристичних ресурсів, виділяються подієві ресурси глобального, регіонального і місцевого масштабів. До глобальних подій належать заходи, які спонукають до подорожі населення багатьох країн і поширюють свій вплив на увесь світ або його окремі частини (Олімпійські Ігри, чемпіонати світу і окремих світових регіонів із різних видів спорту, з'їзди, конференції, фестивалі світового масштабу); події регіонального рівня є визначальним мотивом для подорожі населення країн у межах окремих частин світу (чемпіонати і фінальні частини чемпіонатів окремих регіонів світу із різних видів спорту, регіональні фестивалі, конференції, виставки, концерти тощо); події місцевого рівня спонукають до подорожі у межах країни або її окремої частини.

Як приклад використання події у якості туристичного ресурсу розглянемо історію проведення венеціанського карнавалу. Його витокami є давньоримські Сатурналії - щорічні свята на честь бога Сатурна. Перші документальні згадки про карнавал у Венеції належать до 1094 р. Із Венеції карнавали поширилися іншими містами Італії та країнами Європи і світу.

Протягом останніх десятиліть щороку для участі у карнавальних заходах до Венеції приїздить понад 0,5 млн туристів. Вони стають

учасниками або свідками костюмованих святкових заходів, серед яких незмінними є театралізоване дійство, присвячене звільненню венеціанок із піратського полону і карнавальна хода. Обов'язковим атрибутом всіх учасників венеціанського карнавалу є маска.

Ще одним прикладом є карнавал у Ріо-де-Жанейро, який належить до найбільших світових свят. Мільйони туристів із різних куточків Бразилії і всього світу стають свідками незабутнього феєричного шоу, яке складається зі звуків, запальних ритмів, танців, буяння кольорів і практично безупинно триває 5 діб. Карнавал в Ріо-де-Жанейро, до якого готуються протягом року - невід'ємний атрибут бразильської культури.

Карнавал організовує Міністерство туризму спільно із Лігою шкіл самби. Кожна школа самби вибирає певну тему, відповідно до якої оформляє рухомий майданчик і костюми учасників. Від кожної школи у карнавальній ході бере участь до кількох тисяч осіб.

Під час карнавалу, через різке зростання кількості туристів, виникає гостра нестача місць у готелях, зростають ціни на приватне орендоване житло. Значна кількість постійних мешканців міста на час святкових днів виїздить за його межі.

Подія, як туристичний ресурс, має яскраво виражений мультиплікаційний ефект - вона "змушує" розвиватися різні сектори туристичної індустрії для ефективнішого використання власного потенціалу. Виразним прикладом є проведення в Україні і Польщі фінальної частини чемпіонату Європи з футболу у 2012 році.

## ***Тема 10. Туристичні ресурси України.***

1. Загальні тенденції у розташуванні туристичних ресурсів на території України.
2. Природні туристичні ресурси України. Кліматичні зони та курорти України. Бальнеологічні ресурси України. Туристичні ресурси водних об'єктів на території України. Розвиток туризму на узбережжі морів.
3. Біотичні туристичні ресурси на території України. Ресурси природних ландшафтів і рельєфу.
4. Історико-культурні туристичні ресурси України, їх розташування. Археологічні пам'ятки України як туристичний ресурс. Історичні міста України.
5. Історико-архітектурні заповідники, архітектурні пам'ятки України.
6. Місця відомих історичних подій та пов'язані з відомими особистостями як туристичний ресурс. Музеї та скансени України.

Україна - одна з найбільших країн Європи, площа якої становить 603,7 тис. кв. км. її територія простягається зі сходу на захід на 1316 км, а з півночі на південь - на 893 км. Крайньою південною точкою України є мис Сарич у Криму. Крайні західна, східна і північна точки знаходяться відповідно в Закарпатській (Ужгородський район), Луганській (Міловський район) і Чернігівській (Новгород-Сіверський район) областях.

Географічний центр України знаходиться на північно-східній околиці райцентру Добровеличівка в Кіровоградській області, де в 1990 р. встановлено символічний знак. При іншому підході, що передбачає "поправку" на конфігурацію території України, ця точка зміщується на 70 км на північ від названої і за підрахунками, виконаними за допомогою обчислювальної техніки, локалізується на 2 км західніше м. Вату-тіне Черкаської області.

Загальна довжина державного кордону України становить майже 6500 км, з них - 1050 км припадає на морський кордон. Територія України перевищує територію таких держав, як Франція (544 тис. кв. км), Іспанія (505 тис. кв. км), Швеція (450 тис. кв. км) та ін. держав. На території України (поблизу м. Рахова Закарпатської області) знаходиться умовний географічний центр Європи.

Чисельність населення України - близько 48 мільйонів. За цим показником Україна посідає п'яте місце в Європі після Німеччини (76 млн.), Італії (57,5 млн.), Великої Британії (57,1 млн.), Франції (55,9 млн.).

Етнічні українські території можуть бути як суцільними (де переважає українське населення), так і змішаними (де українці становлять від 10 до 50% населення). Етнічні території поділяють на старі, населені українцями протягом багатьох століть (наприклад, Київщина, Чернігівщина, Галичина, Холмщина), і нові, де вони розселилися протягом останніх одного-двох століть (Кубань - "малиновий клин", Далекий Схід - "зелений клин", Казахстан - "сірий клин").

Близько 115 тис. км<sup>2</sup> етнічних українських земель входить сьогодні до складу Росії і є територією нинішніх Воронежської, Курської, Ростовської областей і Ставропольського краю; близько 27 тис. км<sup>2</sup> - до складу Білорусії (частина Брестської, Мозирської, Пінської областей). За Польщею залишились Надсяння, Лемківщина, Підляшся, Холмщина загальною площею в 19,5 тис. км<sup>2</sup>. У 1947 р., в результаті операції "Вісла" їх українське населення примусово було виселено звідси на колишні німецькі землі. Українські етнічні території площею 2,6 тис. км<sup>2</sup> входять до складу Словаччини, 1,7 тис. км<sup>2</sup> - Румунії. 741 тис. км<sup>2</sup> українських етнічних територій за межами України знаходиться 165 тис. км<sup>2</sup>, тобто близько 22%.

Регіональний поділ України здійснюється з урахуванням цілого ряду особливостей природного, господарського, етнографічного, мовного, адміністративно-територіального, рекреаційного характеру і т. п. Однією з них є фізико-географічне районування, обумовлене розташуванням країни в межах Східноєвропейської рівнини, Карпатських і Кримських гір, чим викликана значна диференціація природних умов.

Рівнинна частина країни включає три географічних зони: зону мішаних лісів - Полісся (близько 14%), лісостепову (майже 34%) і степову (близько 40%) зони. Ці останні, в свою чергу, так само як і Карпати і Кримські гори, теж поділяються на фізико-географічні області. Всього на території України виділяють 57 фізико-географічних областей.

Початок адміністративно-територіальному поділу покладено ще в період Київської Русі. Основною його одиницею було князівство, серед яких відомі Київське, Чернігівське, Переяславське, Турово-Пінське, Волинське, Галицьке. В литовсько-польський період українські землі поділялись на воєводства: Руське (Львівська, Галицька, Перемись-ка, Сяницька, Холмська землі), Шчляське (Мельницька, Більська, Дорогочинська землі), Белзьке (Бузький, Городельський, Грабовецький повіти), Волинське (Володимирський, Луцький, Кременецький повіти), Подільське (Кам'янецький, Червоноградський, Ляличівський повіти), Брацлавське (Брацлавський, Вінницький повіти), Київське (Київський, Овруцький, Житомирський повіти). З 1630 р. у складі Польщі виділялось Чернігівське воєводство.

За часів Богдана Хмельницького основною адміністративно-територіальною одиницею був полк, що ділився на сотні. Полково-сотенний устрій у різні періоди існував на Правобережжі (протягом 65 років), Лівобережжі (протягом 135 років) і Слобожанщині, що належали Росії і Польщі.

Лівобережну та Правобережну Україну стали розрізняти після поділу України між Росією і Польщею в середині XVII ст. На Правобережній Україні, що відійшла до Польщі, були відновлені воєводства. Лівобережна Україна (Гетьманщина), що залишилась за Росією, поділялась на десять полків: Гадяцький, Київський, Лубенський, Миргородський, Ніжинський, Переяславський, Полтавський, Прилуцький, Стародубський і Чернігівський.

У 1781 р. на Гетьманщині був скасований полковий устрій і створені Київське, Чернігівське і Новгород-Сіверське намісництва. В 1796 р. вони увійшли до Малоросійської губернії, яка в 1802 р. була поділена на Полтавську і Чернігівську.

Слобожанщина (Слобідська Україна) ділилась на п'ять полків: Ізюмський, Острогозький, Охтирський, Сумський та Харківський. У 1764 р. полковий устрій на Слобожанщині було скасовано і створено Слобідсько-Українську губернію, яку 1780 р. перейменували на Харківське намісництво. В 1796 р. йому повернули назву Слобідсько-Української (з 1835 р. - Харківська) губернії. На землях, підпорядкованих Запорозькій Січі, полковий устрій трансформувався в паланковий, при якому кожному паланку (у тюркських мовах це слово має значення "невелика фортеця") очолював козацький полковник. Запоріжжя поділялось на вісім паланок.

Східні землі сучасної України (Луганська, Донецька, частина Харківської області) в 1708 р. разом з Ростовською, Воронежською, Тамбовською областями Росії увійшли до Азовської губернії, перейменованої в 1725 р. на Воронежську. В 1764 р. на січовій території (сучасні Кіровоградська і Луганська області) було створено Новоросійську губернію, що об'єднала також тринадцять сотень Миргородського і дві сотні Полтавського полків. У 1774 р. частина Новоросійської губернії (територія сучасних Луганської, Донецької, Кіровоградської областей, південна частина Слобожанщини) увійшла до новоствореної Азовської (другої) губернії. Після анексії Кримського ханства в 1783 р. Азовська і Новоросійська губернії були об'єднані у складі Катеринославського намісництва, яке в 1797 р. було перетворено на Новоросійську (другу) губернію. В 1802 р. Новоросійська губернія (Новоросія) була піддана черговому поділу, в результаті якого утворились Миколаївська (в 1803 р. перейменована на Херсонську), Катеринославська і Таврійська губернії.

Після поділів Польщі 1793 і 1795 років землі Правобережної України були приєднані до Росії, що початково поділялись на (Ізяславське - з 1795 р. Волинське, Брацлавське, Подільське), а з 1797 р. - губернії: Київську, Волинську, Подільську. Отже, на початок ХІХ ст. переважна більшість етнічних українських земель була об'єднана у складі дев'яти губерній: Волинської, Катеринославської, Київської, Подільської, Полтавської, Таврійської, Харківської, Херсонської, Чернігівської.

Західноукраїнським землям, що після першого поділу Польщі (1772) увійшли до Австрії, було повернено їх історичну назву: вони стали іменуватися "Королівством Галичини і Лодомерії". Проте назва "Галичина" поширювалась і на польські землі. Звідси виникнення назви "Східна Галичина" для означення української її частини, на відміну від Західної (польської) Галичини. В ХІХ - на початку ХХ ст. побутували назви "Австрійська Русь" (Галичина, Буковина), "Угорська Русь" (Закарпаття).

До 1914 р. 76 тис. кв. км (близько 10%) українських етнічних територій належало Австрії, решта - 665 тис. кв. км (понад 90%) - Росії. Після першої світової війни українські землі були розподілені між 4 державами: 77,3%

українських земель належало СРСР, 18,1% (Галичина, Підляшшя, Холмщина) - Польщі, 2,1% (Бессарабія, Буковина, Мармарощина) - Румунії, 2,5% (Закарпаття) - Чехо-Словаччині.

В 1920 р. землі України радянської були поділені на дванадцять губерній: Волинську, Донецьку, Катеринославську, Київську, Кременчуцьку, Миколаївську, Одеську, Олександрівську (з 1921 р. - Запорізька), Подільську, Полтавську, Харківську, Чернігівську. Але вже 1 серпня 1925 р. губернський поділ був скасований. Наприкінці 1925 р. Україна в адміністративному відношенні складалася з 41 округи. З 1924 р. в її складі перебувала також Молдавська АРСР. У 1932 р. вертикальна адміністративна структура будувалась таким чином: центр - область - район. 9 лютого було утворено п'ять перших областей: Вінницьку, Дніпропетровську, Київську, Одеську, Харківську; 2 липня - Донецьку; 15 жовтня - Чернігівську. В 1937 р. з'явилися Житомирська, Кам'янець-Подільська (з 1954 - Хмельницька), Миколаївська, Полтавська області. В 1938 р. Донецьку область було поділено на Сталінську (з 1961 - Донецька) і Луганську. В 1939 р. виникли Запорізька, Кіровоградська, Сумська області, потім - Волинська, Дрогобицька, Львівська, Рівненська, Станіславська (з 1962 - Івано-Франківська), Тернопільська.

1940 р. - рік створення Ізмаїльської і Чернівецької областей і відокремлення Молдови в самостійну республіку. Таким чином, напередодні Великої Вітчизняної війни на території України налічувалося 24 області. 30 березня 1944 р. було створено Херсонську, в 1946 р. - Закарпатську, в 1954 р. - Черкаську області. У тому ж 1954 р. до складу України увійшла Кримська область, а Ізмаїльську область було об'єднано з Одеською. В 1959 р. Дрогобицька область стала частиною Львівської. Сьогодні у складі України налічується 24 області і Автономна Республіка Крим.

Адміністративний поділ України не співпадає з її історико-географічним поділом. За цим останнім критерієм в Україні можна виділити такі історико-географічні області: Бессарабія, Буковина, Волинь, Галичина, Закарпаття, Київщина, Крим, Південна (Степова) Україна, Поділля, Полтавщина, Слобожанщина, Чернігівщина. Ще одна схема поділу території України обумовлюється впливом природних і соціально-економічних чинників і викликана потребами розвитку туристичної галузі. На підставі цих факторів виділяються туристичні регіони і райони.

Туристичний регіон являє собою територіально-туристичну систему, яка об'єднує кілька туристичних районів, що мають свої специфічні особливості і об'єднані географічними, історичними, ресурсними факторами. Туристичний район - це група туристичних комплексів, об'єднаних спільною територіальною структурою туристичного господарства. Єдина схема туристичного районування на сьогодні не розроблена. Частина дослідників відокремлює чотири туристичних регіони: Карпатський, Поліський, Дніпровський і Азово-Чорноморський, які, в свою чергу поділяються на 35 туристичних районів. Інші виділяють сім регіонів: Карпатський (західний), Волинсько-Тернопільський (північно-західний, або поліський), Житомирсько-Вінницький (буферний), Київський (центральний),



Харківський (північно-східний), Дніпровсько-Донецький (південно-східний), Причорноморський (південний). Треті схильні об'єднувати три приморські райони в один Кримсько-Одесько-Азовський туристичний регіон, виділяючи також Карпатський туристичний район.

Основою туристичного районування є рекреаційне районування, тобто поділ території на окремі таксономічні одиниці, що відрізняються туристичною спеціалізацією, структурою рекреаційних ресурсів і напрямом їх освоєння. Рекреаційні ресурси характеризуються природними умовами, площею їх поширення, тривалістю використання. Рекреаційне районування сьогодні теж не є остаточно розробленим і жорстко усталеним.

У географічній енциклопедії України наводяться дві схеми поділу території країни на чотири рекреаційні регіони (Азово-Чорноморський, Дніпровсько-Дністровський, Карпатський, Кримський) і вісім рекреаційних районів (Євпаторійський, Донецький, Одеський, Приазовський, Придніпровський, Придністровський, Феодосійський, Ялтинський).

Азово-Чорноморський рекреаційний регіон, до складу якого входять Донецька, Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області, включає Одеський і Приазовський рекреаційні райони. Регіон багатий на лікувальні грязі.

Дніпровсько-Дністровський рекреаційний регіон (Вінницька, Волинська, Житомирська, Дніпропетровська, Донецька, Київська, Кіровоградська, Луганська, Полтавська, Сумська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська області) охоплює Донецький, Придніпровський і Придністровський райони. Регіон славиться мінеральними і радоновими водами.

Карпатський рекреаційний регіон включає Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Чернівецьку області. В ньому виявлено близько 800 джерел мінеральної води, половина яких знаходиться на Закарпатті. Регіон має най-густішу річкову мережу в країні: 8729 річок. У ньому багато історико-культурних пам'яток. Регіон розташований на перехресті шляхів, які з'єднують Західну і Східну Європу.

Кримський рекреаційний регіон є унікальним осередком, що поєднує багаті природно-рекреаційні, історико-культурні та спортивно-оздоровчі ресурси. В їх числі - Чорне і Азовське моря, лікувальні грязі, термальні і мінеральні води бальнеологічних курортів, численні пам'ятки, що належать різним епохам і культурам, створені різними народами.

Через порти Чорного і Азовського морів Україна здійснює інтенсивні зв'язки із зарубіжними країнами. Вихід до Дунаю забезпечує їй водне сполучення з 7 країнами Західної Європи. В Україні наявна розвинена автомобільна, залізнична, авіаційна мережа. Морськими, річковими, повітряними, сухопутними шляхами Україна зв'язана майже з усіма куточками земної кулі. Вона являє собою своєрідний міст між Європою і Азією.

Україна має все необхідне для розвитку подорожей і оздоровлення: сприятливі природні умови, історико-культурні, матеріальні та людські

ресурси. Туристично-рекреаційний потенціал створює можливості для всебічного задоволення пізнавальних, оздоровчо-спортивних і духовних потреб вітчизняних та іноземних туристів.

Територія України характеризується винятково сприятливими кліматичними умовами для відпочинку, лікування, різних видів туризму. Природно-рекреаційні ресурси - це природні умови, явища природи, що створюють комфортні умови для рекреаційно-туристичної діяльності і сприяють організації відпочинку і оздоровлення. Основними серед них є клімат, акваторії, ландшафт, а також деякі природні об'єкти, що мають пізнавальні і атрактивні властивості. Кліматичні ресурси визначають загальну комфортність території, її придатність для лікування і відпочинку.

Серед основних кліматичних особливостей, що визначають її комфортність - температурний режим, кількість сонячних днів на рік, вологість, атмосферний тиск, режим вітрів. Клімат на більшій території України помірно континентальний, із сухим і переважно теплим літом, м'якою і вологою зимою. 150-190 днів на рік середньодобова температура перевищує +10° С. Кліматичні умови дещо інші в Карпатських і Кримських горах, а також на південному узбережжі Криму.

Важливою складовою рекреаційних ресурсів є водні ресурси, до яких належать моря, озера, водосховища, річки, придатні для організації відпочинку і оздоровлення. Найважливішим з них є Азовське і Чорне море. По території України протікає понад 70 тис. річок, серед яких найбільші - Дніпро, Дністер, Південний Буг, Сіверський Донець, Дунай. Більшість річок належить до басейнів Чорного та Азовського морів, 4% - до басейну Балтійського моря. Головна водна артерія України - Дніпро, третя за довжиною ріка Європи (2285 км, з яких 1205 км припадає на територію України). Карпатські річки придатні для подорожей на байдарках і каное (Черемош, Прут, Тиса, Стрий та ін.). На території України понад 3 тис. природних озер і 22 тис. штучних водоймищ. Найбільша кількість озер на Волинському Поліссі.

Серед природно-рекреаційних ресурсів важливу роль відіграють бальнеологічні, до яких належать мінеральні води, лікувальні грязі. Заклади, що функціонують за рахунок використання бальнеологічних ресурсів, розташовані переважно в Карпатському і Причорноморсько-Азовському регіонах. Найбільша кількість мінеральних джерел припадає на західну частину України (Львівську і Закарпатську області). Значні запаси лікувальних грязей зосереджені в південних і північно-західних областях. Найстаріші грязьові курорти - Бердянськ, Євпаторія, Саки, Куяльник. Торф'яні грязі використовуються на курортах Миргорода, Моршина, Черче та ін.

Важливою складовою рекреації, оздоровлення і лікування є лісові ресурси. За кількістю лісових насаджень Україна посідає одне з перших місць серед країн Європи. Наявність лісів сприяє також розвитку специфічних видів туризму, зокрема полюванню. Найбільш значними мисливськими ресурсами володіють Карпатський і Поліський регіони. Це

перш за все численні популяції лосів, оленів, косуль, диких кабанів, лисиць, зайців, пернатої дичини.

Для туризму значну цінність мають ландшафти, що відзначаються оздоровчими чи пізнавальними властивостями, включаючи рельєф, мальовничі краєвиди, печери. В Україні є печери, що за своїми розмірами не поступаються найбільш відомим у світі, і при відповідному обладнанні їх можна перетворити на рекреаційно-туристичні об'єкти міжнародного значення. Вони локалізуються переважно в Подільсько-Буковинському, Кримському і Карпатському регіонах.

Особливу групу ландшафтів утворюють національні парки, державні заповідники, заказники, унікальні природні об'єкти, пам'ятки природи, парки, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, дендропарки, ботанічні сади, зоологічні парки, заповідні урочища, що складають природно-заповідний фонд. Основним призначенням заповідних територій і об'єктів є сприяння збереженню унікальних і типових природних ландшафтів, рослинного і тваринного генофонду, екологічної рівноваги, а також відтворенню і примноженню відновлюваних природних ресурсів. Заповідні території є базою для стаціонарного наукового дослідження еталонних природних комплексів, спостереження за станом і зміною навколишнього середовища, центрами розробки наукових основ охорони природи і раціонального природокористування, а також екологічної освіти.

В Україні налічується понад 6700 природно-заповідних територій, у тому числі 20 природних заповідників. Заповідник являє собою територію (акваторію), виділену з метою збереження у природних умовах типових або унікальних природних комплексів, вивчення природного протікання процесів і явищ, які в них відбуваються. Земельні ділянки, надра, водні об'єкти в межах заповідника вилучаються з господарського обігу і стають об'єктами безстрокового використання в такій ролі. На невеликих ділянках обладнуються екологічні стежки.

На початок 2006 р. в Україні функціонувало 16 природних заповідників: "Горгани", Дніпровсько-орільський, "Єланецький степ", Казантипський, Канівський, Карадагський, Кримський, Луганський, "Мис Март'ян", Опукський, "Медобори", Поліський, Рівненський, "Розточчя", Український степовий, Ялтинський гірсько-лісовий). Крім того, Україна володіє 4 біосферними заповідниками (Асканія-Нова, Дунайський, Карпатський, Чорноморський), де зберігається еталонна дика природа. Вони відзначаються суворим режимом відвідування, тому проведення екскурсій припускається лише в музеях природи та інформаційних центрах.

У відповідності до Всеєвропейською стратегією збереження біологічної і ландшафтної різноманітності, а також з програмою перспективного розвитку заповідної справи в Україні актуальним і пріоритетним для державної політики є організація міждержавних біосферних резерватів. Перший такий заповідник - "Східні Карпати" - створений на території трьох країн: (Польщі, Словаччини, України). З українських територій він включає Ужанський національний природний

парк.

У 1999 р. в м. Вилково відбулось відкриття другого міждержавного - українсько-румунського - біосферного резервату "Дельта Дунаю" в рамках програми ЮНЕСКО "Людина і біосфера". Його українська частина - Дунайський біосферний заповідник, що увійшов до Світової мережі біосферних заповідників.

В Україні 11 національних природних парків (Азово-Сивашський, Вижницький, Деснянсько-Старогутський, Карпатський, "Подільські Товтри", "Святі гори", "Сине-вир", "Сколівські Бескиди", Ужанський, Шацький, Яворівський), створених з метою збереження, відновлення, вивчення і раціонального використання природних комплексів і об'єктів у рекреаційних, наукових і освітньо-виховних цілях. Територія парків поділяється на різні функціональні зони, у тому числі буферні, що використовуються для оздоровлення, лікування, відпочинку.

Заповідники і національні природні парки займають понад 10% території України і розташовані практично у всіх фізико-географічних її регіонах. В Україні налічується 1020 парків, які мають історико-культурну цінність. З їх числа 19 - дендрологічні парки, метою яких є збереження, вивчення і відновлення у спеціально створених умовах представників флори. Крім цього, в країні 88 парків, що є пам'ятками садово-паркового мистецтва, а також 17 ботанічних садів, 7 зоологічних парків.

Загальна площа природних рекреаційних ландшафтів в Україні становить 9,4 млн га (15,6% території держави), а їх одночасна місткість - майже 50 млн чол.

Історико-культурні ресурси включають історичні, археологічні, архітектурні пам'ятки; предмети матеріальної культури (знаряддя праці, побутові речі, вироби народних промислів, одяг, національну кухню); елементи духовної культури (образотворче мистецтво, фольклор, народні традиції, вірування і т. ін.); твори монументального мистецтва; етнографічні особливості території. До цієї групи ресурсів відносять також музеї, виставки, театри тощо.

Стильовим багатством і різноманітністю відзначаються пам'ятки України. Під охороною держави перебуває понад 15,6 тис. пам'яток містобудування і архітектури, при тому, що сьогодні на облік взято далеко не всі історико-архітектурні об'єкти. Хронологічний діапазон архітектурних пам'яток України дуже широкий. Залишки найдавніших з них на місці стародавніх грецьких колоній збереглися в Північному Причорномор'ї (Ольвія, Херсонес, Пантікапей та ін.).

Кам'яне будівництво в Давній Русі починається в X ст. Основним типом кам'яних споруд того часу були культові об'єкти. Дослідження давньоруських пам'яток, що збереглися до сьогодні, дозволяє виділити три історичні періоди в розвитку архітектури Давньої Русі. До першого етапу (кінець X-I пол. XI ст.) відносяться пам'ятки, що збереглися лише частково. Це Спаський собор у Чернігові, Софійський собор і Золоті ворота в Києві. Для другого періоду (II пол. XI - початок XII ст.) характерні церква Спаса на

Берестові, Успенський собор і Троїцька надбрамна церква в Києво-Печерській Лаврі, Михайлівський собор у Видубицькому монастирі. Третій період давньоруського зодчества представлений спорудами XII - початку XIII ст., що дозволяють говорити про наявність у кам'яному зодчестві цілого ряду стилістичних напрямів і виокремлювати в ньому київську, чернігівську, волинську, галицьку школи. Київська школа представлена Кирилівською церквою в Києві, Юріївською (Успенською) церквою в Каневі, церквою Св. Василя в Овручі. Характерними для чернігівської школи є Борисоглібський собор, Іллінська церква, Успенський собор Єлецького монастиря, П'ятницька церква в Чернігові. Уявлення про волинську школу дає Успенський собор у Володимирі-Волинському. Із споруд галицької школи до наших днів збереглася церква Св. Пантелеймона в с. Шевченкове Івано-Франківської області.

В зодчестві XIV-XVII ст. виражена творча своєрідність регіональних шкіл, обумовлена різними шляхами історичного розвитку окремих українських земель. У цей період будівництво було більш інтенсивним у західних регіонах. Особлива увага зосереджувалась на спорудженні об'єктів оборонного характеру - кам'яних замків, монастирів, церков-фортець. У західних областях України налічується 150 пам'яток оборонного зодчества, розташованих у 46 містах, 23 містечках, 45 селах, які перебувають під охороною держави. Але, на жаль, більшість цих споруд зруйнована.

Кам'яне будівництво XVI - I пол. XVII ст. у Придніпров'ї і в північній частині Лівобережної України обмежувалося зведенням культових об'єктів. У другій половині XVII ст. сформувався архітектурно-стилістичний напрям, що здобув пізніше назву "українське бароко". Він був домінуючим протягом усього XVIII ст. Перебудові у стилі бароко піддавались також раніше зведені споруди. Такого стилістичного оновлення зазнали Софійський та Успенський собори в Києві, Успенський собор у Чернігові та ін.

Ансамблі Києво-Печерської Лаври, Софійського монастиря та історичний центр Львова включені до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Перспективу включення до цього списку мають історичні ансамблі Києва, Кам'янця-Подільського, Новгород-Сіверського, Чернігова та ін. В Україні 1399 міст і селищ і близько 8 тисяч сіл, що мають цінну історико-культурну спадщину. Всього в країні 39 історичних міст, які перейшли тисячолітній віковий рубіж, понад 500 міст і містечок досягли свого 900-річчя, а 5000 українських сіл мають 300-річну історію.

47 найвизначніших історико-архітектурних ансамблів і комплексів оголошені державними заповідниками, серед яких Давній Галич, Києво-Печерська Лавра, могила Т.Г. Шевченка, Софійський собор у Києві, Херсонес, Хортиця мають статус національних. Всього в Україні налічується 6 тис. природних і 150 тис. історико-культурних пам'яток. З цього числа 12 тис. становлять інтерес як туристсько-екскурсійні об'єкти, але функціонують у такій ролі лише близько 5,5 тис. (за деякими джерелами - 8 тис.).

В Україні існує 550 музеїв, у яких зберігається понад 9,9 млн експонатів. Складовою частиною туристських ресурсів є гомогенні ресурси,

під якими розуміють природні та культурно-історичні комплекси, пов'язані з минулим - як України, так і інших держав. До них відносять місця, пов'язані з життям, діяльністю чи перебуванням на території України видатних представників іноземних держав - О. Бальзака, А. Міцке-вича, А. Рішельє, Ф. Ліста Х. Де Рібаса, У. Черчіля, Я. Гашека та ін. До цієї групи ресурсів належать також місця битв і поховання: військовий меморіал, присвячений британцям, що загинули під час Кримської війни 1853-1855 рр.; поховання шведів на полі битви під Полтавою та ін. У різних регіонах України, за підрахунками О.О. Бейдика, виявлено понад 500 об'єктів такого роду. Найширше вони представлені в західних (Львівській, Закарпатській, Чернівецькій), Одеській областях, Автономній республіці Крим і в Києві. Понад 80% цих ресурсів не задіяні в організації турів для іноземців.

До соціально-економічних ресурсів належать географічне положення, транспортна доступність території, рівень економічного розвитку, побутового обслуговування населення, трудові ресурси тощо. Туристські інфраструктурні ресурси є складовими соціальної і виробничої інфраструктури, що можуть бути використані в організації туристичної діяльності. Вони охоплюють інфраструктуру краю і всі підприємства, задіяні у прийомі і обслуговуванні туристів. Туристична інфраструктура являє собою сукупність підприємств, які забезпечують екскурсійне обслуговування, транспортне обслуговування (автомобільний, залізничний, морський, річковий транспорт, аеропорти, транспортні магістралі, автостоянки), послуги гостинності (готелі, туркомплекси, турбази, будинки відпочинку, кемпінги, мотелі, пансіонати, ресторани, кафе, бари) і допоміжні послуги (банківські, валютно-фінансові, зв'язку, інформаційно-комунікативні, спортивно-оздоровчі, побутові, торговельні, культурно-розважальні тощо).

В Україні функціонує 1375 підприємств готельного типу, серед яких 916 готелів, 15 мотелів, 9 кемпінгів та ін. Хоча лише близько 10% від цієї кількості відповідають міжнародним стандартам і придатні для обслуговування іноземних туристів. Тільки у 2001 р. в Києві з'явився перший п'ятизірковий готель. Високими стандартами визначаються готелі "Дніпро", "Русь", "Національний" (Київ), "Ореанда" (Ялта), "Лондонська" (Одеса), "Гранд" (Львів), "Черемош" (Чернівці).

В цілому туристично-рекреаційний і санаторно-курортний комплекс України нараховує понад 4,5 тис. підприємств розміщення туристів, які одночасно можуть прийняти понад 600 тис. чол. Україна має унікальні природні умови і культурно-історичний потенціал для успішного розвитку туризму.