

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

імені ТАРАСА ШЕВЧЕНКА



КОНСТРУКТИВНА ГЕОГРАФІЯ ТА РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ

Науковий журнал

Заснований у 2020 році

ВИПУСК 1 № 1

КИЇВ

2021

ISSN 2786-4561(print)

ISSN 2786-457X(on-line)

Науковий журнал під назвою «Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів» заснований у 2020 р.

- Зареєстрований в Міністерстві Юстиції України: КВ № 24557 - 14497 Р від 20.07.2020 р.
- Видавець: Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
- Видається двічі на рік

Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів / [Ред. кол.: О.Г. Шевченко (гол. ред.), Уліганець С.І. (заступник гол. ред.) та ін.] – 2021. – Вип. 1 (1). – 82 с.

Науковий журнал “Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів” висвітлює оригінальні дослідження з різних аспектів теорії та практики у галузі географічних наук, географічної освіти та суміжних галузях науки, забезпечуючи відкритий доступ до статей за допомогою цієї платформи. Опубліковані у журналі роботи призначені для викладачів, науковців та студентів, що спеціалізуються у відповідних або суміжних галузях науки.

Редакційна колегія:

Головний редактор: Шевченко О.Г., д.геогр. н., КНУ імені Тараса Шевченка

Заступник головного редактора: Уліганець С.І., к.геогр. н., КНУ імені Тараса Шевченка

Випускаючі редактори: Купач Т.Г., к.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка; Дем’яненко С.О., к.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Редакційно-дорадча рада:

Рожко О.Д., д.ек.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Дмитрук О.Ю., д.геогр. н., КНУ імені Тараса Шевченка

Вербицький В.В., д.пед.н. директор Національного еколого-натуралістичного центру учнівської молоді

Потапенко В.Г., д.ек.н., директор НПП «Голосіївський»

Масляк П.О., д.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Овчарук В.М., д.геогр.н., директор Гідрометеорологічного інституту, Одеський державний екологічний університет

Гудзевич А.В., д.геогр.н., Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського

Лаврик О.Д., д. геогр. н., Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Машіка Г.В., д.геогр.н., Ужгородський національний університет

Бучко Ж.І., д.геогр.н., Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Сорокіна Л.Ю., к.геогр.н., Інститут географії НАН України

Спиця Р.О., к.геогр.н., Інститут географії НАН України

Савчук І.Г., к.геогр.н., КПНЗ «КМАН учнівської молоді», Національний університет оборони імені Івана Черняхівського

Голубцов О.Г., к.геогр.н., Інститут географії НАН України

Гнатюк О.М., к.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Петрина Н.В., к.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Гринюк О.Ю., к.геогр.н., КНУ імені Тараса Шевченка

Адреса редакційної колегії: м. Київ, МСП-680, проспект Академіка Глушкова, 2, Київський національний факультет імені Тараса Шевченка, географічний факультет, кафедра географії України.

телефон: (044) 521 3372; e-mail: konstructgeo@gmail.com; веб-сайт: <http://constructgeo.knu.ua>

ЗМІСТ

<i>Нікітчук Ю.О.</i> Гастрономічний туризм як складова регіонального туризму (на прикладі Хмельницької області)	4
<i>Шевченко О.Г., Сніжко С.І., Матвієнко М.О.</i> Біокліматичні умови Львова під час проявів хвиль тепла	15
<i>Сіромаха А.О., Аріон О.В.</i> Розвиток апітуризму в Україні	24
<i>Козарез Д. М., Дмитрук О. Ю.</i> Пам'ятки сакральної архітектури Рівненської області та можливості їх використання в туризмі	33
<i>Уліганець С.І., Біль Д.В.</i> Роль брендингу міста у просуванні міського туризму Кам'янець-Подільського	42
<i>Петровський І.І., Мариморич А.В., Уліганець С.І.</i> Застосування підприємствами туристично-рекреаційного комплексу інновацій для подолання негативних явищ, спричинених пандемією коронавірусної хвороби COVID-19	51
<i>Наказненко А.Г., Савченко О.Г.</i> Зміни термічного режиму Полтавської області в умовах зміни клімату	59
<i>Дмитрук О.Ю., Корнева К.О.</i> Використання промислових об'єктів для розвитку індустріального туризму на Донеччині	65
<i>Юрченко В.А., Дмитрук О.Ю.</i> Географічні чинники формування туристичного іміджу Японії	74
<i>Вимоги для авторів до оформлення статей</i>	79

Гастрономічний туризм як складова регіонального туризму (на прикладі Хмельницької області)

Нікітчук Ю.О.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, juliadelita@gmail.com

Надішла до редакційної колегії: 15.05.2021.

Прийнята: 01.06.2021

Анотація. У статті розкрито особливості та переваги гастрономічного туризму, його види та перспективи розвитку. Описані тенденції інтенсивного впровадження даного туристичного напрямку. Визначено головні особливості подільської кухні,

зокрема в межах Хмельницької області. Досліджено суб'єкти господарювання, що здійснюють свою діяльність у сфері ресторанного бізнесу, які популяризують місцеві традиційні страви. Досліджено зростання крафтового виробництва, що розташовані на території Хмельницької області та можуть слугувати дестинаціями для гастрономічного туризму. На сьогодні, гастрономія є не лише важливою складовою задоволення фізичних потреб під час поїздки, але й ключовим мотивом подорожей. Незважаючи на стрімкий розвиток даного виду туризму, він є малодосліджений. Завдяки багатовіковій історії, яка сформувала автентичну кухню, великій кількості фермерських господарств, Хмельницька область має достатню кількість ресурсів, які формують конкурентноспроможний туристичний продукт. Розвиток гастрономічного туризму дає можливість не лише для пізнання туристами культури, традицій, кухні регіону, але й позитивно впливає на економічну складову території. У процесі дослідження використовувалися такі методи: історичний, описовий, аналізу та синтезу, порівняння.

Ключові слова: гастрономічний туризм, туризм, подільська кухня, Хмельниччина, туристична дестинація.

Gastronomic tourism as part of regional tourism (for example, Khmelnytsky region)

Nikitchuk Ju.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, juliadelita@gmail.com

Abstract. The article reveals the features and benefits of gastronomic tourism, types and prospects. The tendencies of intensive introduction of this tourist direction are described. The main features of Podillya cuisine are identified, in particular within Khmelnytskyi region. Business entities operating in the restaurant business that promote local traditional dishes have been studied. The growth of craft production, located in Khmelnytskyi region and can serve as destinations for gastronomic tourism, has been studied. Today, gastronomy is not only an important component of meeting physical needs during a trip, but is also a key motive for travel. Despite the rapid development of this type of tourism, it has been yet poorly studied. Due to a long history that has formed an authentic cuisine, a large number of farms, Khmelnytsky region has a sufficient number of resources that form a competitive tourism product. The development of gastronomic tourism provides an opportunity not only for tourists to learn about the culture, traditions, cuisine of the region, but also has a positive effect on the economic component of the territory. Methods used in the research process are historical, descriptive, analysis and synthesis, comparison.

Key words: gastronomic tourism, tourism, Podillya cuisine, Khmelnytskyi region, tourist destination.

Постановка проблеми. Нинішні туристи все частіше хочуть «відчутися на смак» країну, чи регіон, який вони обрали своєю туристичною дестинацією. Місцева кухня виступає інструментом філігранного вивчення кулінарних вподобань та побуту жителів даного краю, неоцінним ресурсом рецептурного збагачення, що непідкупно приваблює туристів.

Гастрономічний туризм дає можливість пізнати культурну спадщину, адже кухня відображає спосіб життя, традиції народів, що проживали на певній території раніше. Не дивно, що традиційна кухня стала складовою нематеріальної культурної спадщини.

На сьогодні, гастрономія є не лише важливою складовою задоволення фізичних потреб під час поїздки, але й ключовим мотивом подорожей.

Головна мета гастрономічного туризму надати можливість кожному бажаючому спробувати локальні продукти та страви, що вирощені саме в тій місцевості та приготовлені за традиційними рецептами, а по можливості й самому взяти участь у кулінарному процесі. Це відрізняє даний вид туризму від усіх інших і робить його унікальним.

Проведення даного дослідження зумовлене потребою у більшому висвітленні даного виду туризму (наукові доробки, статті, публікації).

Матеріали і методи досліджень. Дослідженнями розвитку гастрономічного туризму займалися закордонні вчені, такі як К. Холл, Д. Гілмор, Б. Пін, Р. Мітчелл, Д. Хендерсон, Ю. Лін, Т. Пірсон, Л. Кей.

Історико-культурний аспект гастрономічного туризму, особливості створення гастрономічних продуктів, що засновані на основі традиційної української кухні висвітлюються у роботах А. Бусигіна, Е. Маслової, І. Комарніцького, В. Федорченка, Д. Басюк (Basiuk D. I., 2012.), Т. Сокол, Т. Божук (Bozhuk T. I., 2011), Л. Прокопчук, Т. Шпараги, В. Бойко, О. Любіцевої, Ф. Шандора, Г. Волкової., Т.Г. Сокол та З.С. Каноністова розглядають даний вид туризму як вид тематичного, В.К. Федорченко та І.М. Мініч – спеціалізованого.

У дослідженнях використовуються такі методи: теоретичного узагальнення, описовий, аналізу, синтезу, історичний, порівняння.

В українській туризмології не існує єдиного чіткого терміну для визначення гастрономічного туризму. Існують поняття «кулінарний туризм», «винно-гастрономічний туризм», «гурман-туризм», «гастрономічний туризм», «ресторанний туризм». Схожа тенденція прослідковується у закордонній літературі. Такі автори як Л. Лонг, Б. Мак-Керчер, Е. Вольф, М. Холл та Р. Мітчел використовують поняття «culinary tourism», «gastronomic tourism», «gourmet tour», «food tourism».

Результати та їх аналіз. Аналіз європейського досвіду та реалізації першого в країні проекту «Дороги вина та смаку Української Бесарабії» показує, що гастрономічний туризм є безперечно перспективним, як в Україні в цілому, так і в окремих її регіонах, і швидко зростаючим напрямком туризму.

Створення фестивалів, промоутинг локальної традиційної кухні на просторах Інтернету, атрактивні гастротури – сприяють розвитку гастрономічного туризму у різних регіонах нашої держави. Завдяки розвитку даного виду туризму багато територій, що були привабливими для туристів у історико-культурному аспекті, відомими туристськими локаціями, зможуть залучити у свій край подорожуючих з новою ціллю, а саме –гастрономічною. Це дозволить збільшити термін перебування туристів у тій, чи іншій місцевості, що слугуватиме в свою чергу розвитку фермерських господарств краю, готельно-ресторанного бізнесу.

Хмельниччина має багато вікову історію, завдяки чому утворилися різноманітні кулінарні традиції краю, що формують надзвичайно великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму, тому доцільним є дослідження гастрономічних ресурсів, що представлені в межах області.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму визначає гастрономічний туризм, як подорожі метою яких є отримання автентичного досвіду, який заснований на культурі споживання їжі або напоїв; відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню (World Food Travel Association. <http://www.worldfoodtravel.org>).

Гастрономічний туризм – це нове явище, яке формує новий туристичний продукт, обумовлений, зокрема, тим фактом, що за даними спеціалізованої літератури більше третини туристичних витрат припадає на їжу. Тому кухня туристичної дестинації є одним із надзвичайно важливих аспектів, що визначає якість відпочинку (World Tourism Organization <https://www.e-unwto.org/>).

В 2011 р. Інститутом світової політики (Semchenko O. A., 2014) було проведено маркетингове дослідження серед різних країн з приводу асоціацій, що викликає Україна з боку гастротуризму. За результатами дослідження у багатьох країнах світу Україна асоціюється з «гостинним народом», з «національною кухнею та культурою», з «літом, відпочинком, канікулами, фруктами».

Гастрономічний туризм достатньо різноманітний і може включати наступні напрямки:

- ресторанний тур – подорож, яка включає у себе відвідування закладів харчування, які в своєму меню мають традиційні страви, намагаються популяризувати місцеву кухню та ознайомити відвідувачів з культурою краю;
- сільський тур – перебування туристів у сільській місцевості, метою яких є дегустація локальної кухні та продуктів, що виробляють у даному регіоні.
- відвідування виробництв, що спеціалізуються на виготовленні продуктів харчування та напоїв, залучення до самого процесу виробництва;
- відвідування гастрономічних виставок, ярмарок, фестивалів;
- освітній тур – навчання у спеціалізованих закладах кулінарного спрямування, участь у майстер-класах, проходження курсів;
- комбінований тур – поєднує риси кількох попередніх турів.

Серед переваг гастрономічного туризму виділяють такі (Kornilova N. V., 2018) :

1) він є складовим елементом усіх турів, так як споживання їжі є однією головним фізіологічних потреб людини, які мають задовольнятися щодня. Проте, на відміну від інших видів туризму, головною метою подорожі виступає охайомлення з місцевою традиційною кухнею дестинації в якій перебувають туристи;

2) допомагає розвитку локальних господарств, що виготовляють терруарний продукт, готельно-ресторанного бізнесу тощо;

3) не має сезонності, що дає змогу приносити дохід від гастрономічного туризму цілий рік;

4) популяризує місцеві страви та традиції;

5) розвиватися даний вид туризму може у всіх країнах, що є надзвичайно привабливим для регіонів, які не мають можливостей, локацій для розвитку історико-культурного туризму тощо.

До глобальних тенденцій розвитку гастрономічного туризму відносять:

1. Зростання ринку гастрономічного туризму. Він розвивається надзвичайно стрімкими темпами.

2. Гастрономічні туристи – це туристи, які пізнають культуру, традиції певної дестинації, регіону через смак. Для них є важливим споживання їжі, страв, що виготовлені з локальних продуктів.

3. Територія є основою для гастрономічного туризму. Завдяки терруарності продукту – зростає його цінність.

4. Важливим є визначення продукту, який характерний для певної території та буде слугувати її ідентифікатором у смакових якостях.

5. Стійкість. Розглядається залучення мандрівників до території задля того, щоб вони пізнали історичну та культурну спадщину певної території через локальну кухню, продукти.

6. Якість. Туристські локації, регіони, які мають на меті розвиток гастрономічного туризму, повинні захищати та популяризувати місцеву продукцію, виробників, формувати конкурентноспроможні пропозиції на ринку, залучати експертів кулінарної справи тощо.

7. Зв'язок. Туристичні місця повинні формувати чіткий опис своїх пропозицій. Імідж території формується завдяки соціальним мережам, відомим кухарям, путівникам.

8. Співпраця. Необхідно, щоб всі особи, які працюють у туристичній дестинації (виробники продуктів харчування, фермери, рибалки, шеф-кухарі, ресторатори, готельєри, представники державної адміністрації тощо), брали участь у створенні туристичного продукту гастрономічного туризму (World Tourism Organization. <https://www.e-unwto.org/>).

На сьогодні, можливість дегустації страв автентичної локальної кухні активно застосовується як засіб для залучення гастрономічних туристів до певного регіону. Кількість закладів, де пропонують місцеві страви з використанням місцевих продуктів, дуже обмежена; переважають загальновідомі українські страви. Саме тому потрібно визначити страви та продукти, які будуть асоціюватися саме з конкретною місцевістю. Це можуть бути, наприклад, кавуни для Херсонщини або галушки для Полтавщини.

Українська кухня здатна виступити суттєвим фактором стимулювання туристичних потоків. Формування в туристичних зверненнях посилання на місцеву автентичну кухню збільшить кількість запитів туристів на ці страви, що спонукатиме до розширення меню існуючих закладів харчування. Розробником такої рекламної кампанії мають бути місцеві туроператори, а також органи влади, які відповідають за розвиток туризму, як суб'єкти, які разом найбільш зацікавлені в залученні туристів. Важливим кроком на шляху популяризації регіональних кулінарних традицій має стати розробка детальної гастрономічної мапи України, розміщення та промоція якої в Інтернет-просторі дозволить підвищити рівень пізнаваності гастрономічних особливостей регіонів України і тим самим посилити їх туристичну привабливість.

Українська народна кухня – це така ж культурна спадщина українського народу, як мова, література, мистецтво. Це – неоціненний здобуток, яким можна і варто пишатися, про який не слід забувати. Українська кухня створювалася упродовж багатьох віків, тому вона у певній мірі відображає не лише історичний розвиток українського народу, але й його звичаї, традиції та культуру. Варто згадати про борщ, що вже внесений в перелік національної культурної спадщини. Про це згадувалось навіть на фб-сторінці представництва ЮНЕСКО в Україні. І зараз готується до подання внесення позиції «український борщ» до переліку всесвітньої культурної спадщини (Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen. <http://uccs.org.ua>).

А в етнографічних дослідженнях зафіксовано, що українська кулінарія налічує понад 4 тисячі рецептів різноманітних страв із м'яса (особливо свинини), риби, овочів, яєць, молочних продуктів.

Останнім часом в Україні спостерігається сталий розвиток гастрономічного туризму. Про це свідчить велика різноманітність вітчизняних кулінарних фестивалів.

Найбільша концентрація гастрономічних туристичних ресурсів зосереджена в Закарпатській, Львівській, Полтавській областях й містах Київ, Луцьк і Львів. За статистикою, близько 80% внутрішніх туристичних потоків припадає саме на дані області (Slyvenko V. A., Dolhiier A. I., Khrulkova K. A., 2019).

Проте, багато інших областей України теж можуть похвалитися автентичними рецептами різних страв.

Хмельниччина є торгівельною «меккою», відома Кам'янець-Подільською фортецею та Подільськими товтрами, проте кухня цієї місцевості часто залишається поза полем зору туристів, що відвідують область.

У 2016 році у місті Хмельницький відбувся перший фестиваль вуличної їжі «Проскурівські смаколики». Головна мета фестивалю – прославити Хмельницький як гастрономічне і туристичне місто, куди б спеціально приїжджали скуштувати різної смакоти. Кухарі з найпопулярніших ресторанів міста готували просто неба забуті стародавні страви регіону, які є маловідомими для широкого загалу (Novyny Khmelnychchynu: <https://ye.ua>).

Гастрономічні фестивалі можна поділити на:

- Фестивалі національної кухні
- Вуличної їжі
- Міської їжі
- Присвячені конкретній страві
- Алкогольні фестивалі та інші (Kornilova N. V., 2018).

На території Поділля фестивалі лише починають набувати популярності. Їх значно менше, аніж у західних областях України, проте потенціал краю у гастрономічному напрямі дуже великий.

Так як більшість фестивалів зазвичай припадає на теплий період року, а у 2020 році, навесні розпочалася пандемія пов'язана з COVID-19, то фестивалі не проводилися у 2020 році.

У 2019 році у готельно-ресторанному комплексі «Ксенія», що знаходиться у селі Врублівці Кам'янець-Подільського району проходив Міжнародний фестиваль ресторанних технологій «Best Cook fest Podillia – 2019». Відбувався він в період з 28 лютого – 1 березня 2019. Раніше фестиваль вже приймав гостей у Києві, Львові, Харкові. Організаторами є Український кулінарний союз та Слобожанська гільдія кулінарів (Ofitsiyni sait Khmelnytskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. <https://www.adm-km.gov.ua>).

Під час фестивалю відбувалися майстер-класи серед професіоналів даної сфери, презентувалися страви від відомих ресторанів. На фестивалі проходили змагання у таких номінаціях: ресторанний сервіс, практичний клас (супи, овочеві страви, закуски, страви з риби, м'яса та інші), арт-клас (цукрові квіти, художня робота з тіста, карвінг), змагання барменів. Учасникам потрібно було мати з собою кухонний інвентар та продукти. Необхідною технікою забезпечували уже на самому конкурсі.

Серед конкурсантів були гості з різних куточків України, а також Хорватії, Македонії, Греції, Туреччини, Молдови, Саудівської Аравії, Словенії, Маврикій, Ізраїлю, Албанії.

У рамках фестивалю були передбачені, окрім самого конкурсу ще й екскурсії Кам'янцем-Подільським, культурно-мистецька програма та інші атракції (Podillia news: informatsiyni.portal. <https://podillyanews.com>).

На 2021 рік у Кам'янці-Подільському заплановані такі фестивалі та ярмарки:

- Міжнародний фестиваль величної їжі та напоїв «Кам'янець» (14-16 травня)
- Подільський ярмарок (1-31 серпня)
- Міжнародний фестиваль «Октоберфест» (1-3 жовтня) (Ofitsiyni sait Khmelnytskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. <https://www.adm-km.gov.ua>).

Подільська кухня – це мультикультурна, багата на овочі й фрукти, сезонна, традиційна кухня тих народів, які проживали на цій території: українців, поляків, євреїв, чехів, вірмен, литовців і навіть турків. Відбитком литовської кулінарної традиції стала присутність серед традиційних страв Хмельниччини різноманітних рулетів зі свинини, м'яса птиці, субпродуктів. До фаршу додають яйця, родзинки, чорнослив, шпиг, а ще – хрін та інші овочі. Різноманітні

прянощі надають стравам надзвичайних смакових якостей і екзотичних ароматів. Литовською національною стравою, яку шанують хмельничани, є картопляна ковбаса – ведерей, яку готують у Віньковецькому та Дунаєвецькому районах. Це ретельно очищені товсті свинячі кишки, начинені тертою сирого картоплею або крупною з жиром. Ці ковбаси печуть, обливши топленим свинячим салом. Полюбляють і шюпініс – особливу кашу, зварену з гороху, картоплі і смаженого свинячого м'яса. Варто покуштувати свинячі копчені ковбаси під назвою «скіландіс» і вареники з тертої сирої картоплі, начинені сиром або рубленим м'ясом. Завдяки впливу польської кухні, тут уміють готувати салати зі свіжих, квашених і солоних овочів, які споживають зі сметаною або кислим молоком. Влітку всім смакують холодні супи з полуниці, черешні, яблук, а також із лісових ягід. Восени їх замінюють супи з огірків та грибів. Хмельничани з польським корінням вміють готувати й бігос. Страва має складний смак від поєднання квашеної капусти зі свіжою, асорті з м'яса, дичини, грибів, ще й ковбаски – додають бігосу неперевершеної смакоти (Putivnyk, 2010).

Також на цих землях проживало багато вірмен. У Кам'янці-Подільському у них був навіть свій власний суд (1496-1790 рр.) і вони практично не асимілювалися. Вірмени дуже вплинули на подільську кухню, особливо що стосується методики приготування м'яса, маринадів і ферментації продуктів. У них було багато маринадів, які ставали основою соусів до м'яса. У той час як в українській кухні м'ясо зазвичай доповнювалося важкою їжею, такою, як картопля, каша чи хліб, вірмени вчили нас працювати з ферментацією, солінням і виготовленням соусів на основі трави портулак (Vinnytsia OK: <http://vinnitsaok.com.ua>).

Подільська кухня — це ще той мікс культур, народів та історичних перипетій. У XVI столітті на території сучасної Вінниччини і Хмельниччини проходили три торгові шляхи, через які йшли каравани з усім на світі. Там були і спеції, і дорогоцінні хутра, і волоські вина, і засолена риба — все це залишалося на місцевих ярмарках і ринках. Багато міст регіону мали Магдебурзьке право, що давало можливість проводити ярмарки. Найбільший з ярмарків на території Російської імперії був якраз на Поділлі — у Хмельницькій області. З 1835 року ярмарок проводився у Ярмолинцях, що мав назву – Петропавлівський. Завдяки великим обсягам торгівлі, належав до найвищої категорії (Yarmolynetska tsentralna biblioteka: <http://biblioyar.at.ua>).

Якщо Сорочинський ярмарок, оспіваний Гоголем, був головним ярмарком, де продавали одяг, то на Поділлі у той час був найбільший продуктовий базар. Таким чином, у регіоні збереглася величезна історична база кулінарної спадщини.

Смакові уподобання того, чи іншого регіону напряму залежить від наявності продуктів. Відомо, що Поділля завжди славилася своєю родючістю та багатими врожайми. Саме тому у стравах поєднувалося багато смаків, наприклад: солодке, кисле, солоне та гостре.

У Подільській кухні, а саме популярності тих, чи інших страв, велику роль відіграв становий поділ. Кухня поділялася на палацову та сільську, міщанську. Зумовлено це було тим, що на території даного регіону була велика кількість польських маєтків, які на своїй території мали теплиці. У них вирощувалися ананаси, лимони, апельсини. Такі екзотичні фрукти були звичними заможним людям того часу, проте зовсім недоступними для простих селян. Найбільші теплиці були у Потоцьких та Грохольських (VezhA: [informatiinyi portal](http://informatiinyi.portal): <https://vezha.ua>).

До страв, що відносяться до замкової кухні також входять ті, що містять у рецептурі страви з оленини та дикого кабана. Селянам було заборонено полювати на великих диких тварин, тому це м'ясо у приготуванні використовувалося лише заможними жителями регіону.

Також, замки мали власні броварні. Пиво використовували для приготування супів, борщів та випічки. На території Вінницької області проходило три чумацькі шляхи. Купці привозили різноманітні спеції, що було рідкісним товаром того часу.

Селяни ж готували різноманітні каші. Солоні – зі шкварками, сметаною, хроном, морквою. Солодкі – з топленим молоком та фруктами. Голубці з квашеної капусти готувалися з різними начинками, а згодом, після появи картоплі, почалася ера нових страв: картопляники з черемшею, свистуни з грибами та інші.

Активно використовувалася рослинна їжа. Відомими стравами є борщ з кропивою, оладки та варення з кульбабок, квас з бузини та пиріжки з калиною.

Окрім звичного борщу на свинячих реберцях та буряковому квасі, на Поділлі популярністю користувалися й рибні борщі, а саме з карасями. Його, до речі, в “Щоденнику” та й інших творах нерідко згадував Шевченко. Рецептів борщу було декілька. Наприклад, можна було готувати звичайний червоний борщ, а під кінець приготування додати трохи лісових грибів і смажених карасів. Також відомими є рецепти борщу з сушеними карасями, капустою та пшоняною кашею. Популярні рецепти борщу з квасолею, сушеними фруктами, а саме чорносливом, чи вишнями.

Влітку на Поділлі полюбують готувати ягідні та фруктові супи з черешні, полуниці, лісових ягід.

Коцюроби – незвична, але поширена страва з товченої картоплі та галушок, яка подається з часником зі шкварками. Манзаріки – пиріжки з сиром та зеленню (Zruchno travel: [turystychnyj portal: https://zruchno.travel](https://zruchno.travel)).

Годзя – є доволі специфічною стравою. Деякі кулінарні фахівці розглядають її як своєрідне рідке овочеve рагу, інші називають борщем без буряка. Основні складові: картопля, капуста, цибуля, морква, квасоля, солені огірки. Всі інші додаткові інгредієнти можуть варіюватися як завгодно: м'ясо, гриби, селеру, червона капуста, томати, перець. Для цієї страви господині Вінниччини обов'язково розпалювали піч, де годзя потроху доходила цілу ніч. Ситна й вітамінна страва. Місцеві мешканці вважають, що годзя наступного дня смачніша.

Уланівська картопля. На перший погляд – нічого особливого. Просто смачна смажена в олії картопля з часниковим соусом. Однак цей рецепт Глафіри Дорош, кухаря з селища Уланів, в середині ХХ століття наробив неабиякого галасу та раптово потрапив в меню ресторанів по всій країні та за її межами (Den': <https://m.day.kyiv.ua>).

Плацинади – це бесарабська страва, яка була свого часу поширена на півдні Поділля (Ямпільський та Могилів-Подільський райони). Її готують з бездріжджового тіста і начиняють бринзою або тушкованою зеленню.

Візитівка селища Зіньків Віньковецького району Хмельницької області – чорна ковбаса. Це сувенір для гостей і продуктова місцева «родзинка», яку не зустрінеш ще де-небудь. Рецепт приготування звичайний, але секрет міститься в самому процесі запікання у спеціальних печах. Побудова таких печей – місцеве «ноу-хау», що передається тільки вузькому колу людей, тому таку ковбасу можна покуштувати тільки у Зінькові (Putivnyk, 2010).

Український центр культурних досліджень розпочав проект «Гастропадщина України». У рамках проекту буде створено першу українську енциклопедію «Українська гастропадщина: традиції гостинності та культура приготування страв», до якої внесено вище згадану ковбасу.

Також, відповідно до Наказу № 38 н від 03.04.2019 «Зіньківська ковбаса (чорна)» була включена до Хмельницького обласного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини (Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzhen: <http://uccs.org.ua>).

Ідею відновлення та популяризації місцевої автентичної кухні підтримують ряд ресторанів Хмельницької області. Серед них, насамперед, варто зазначити «Ресторацію Шпігеля». Один із найвідоміших закладів подільської кухні розташований у самому центрі Хмельницького – у старовинному маєтку нотаріуса Ісаака Шпігеля. Місце надзвичайно колоритне та атмосферне – з

тихою музикою, світлинами на стінах та старовинними меблями. Закладу вдалося поєднати смачну автентичну кухню із сучасною інтерпретацією страв.

У 2020 році заклад став переможцем національної ресторанної премії «Сіль» у номінації «Найкращий ресторан української кухні» (Sil – restoranna premii: <https://saltawards.com>).

Готельно-ресторанний комплекс “Південна Брама”(Zruchno travel: <https://zruchno.travel>), має у меню страви, які є характерними для Поділля. Тут можна спробувати борщ з сушеною грушею, чорносливом, на буяковому квасі. Раніше такий рецепт використовувався у селах, що розташовуються на березі річки Дністер. Подається він із намазкою із сала та зінківським хлібом. Також можна скуштувати коропа, що приготовлений на вогні, або ж телячий язик під часниковим соусом.

«Цукерня Потоцьких» – ресторан, кондитерська, який розташований у центрі Хмельницького. Окрім страв, які сформовані на основі старовинних рецептів, які граф привозив зі своїх подорожей, адаптованих під сучасність, тут можна скуштувати багато страв приготовлених за оригінальними рецептами подільської кухні. До прикладу, саме у маєтку Потоцьких в Антонінах уперше на території тодішньої Російської імперії почалося розведення дзеркального коропа. Аж до середини 1980-х років цей вид вважався чи не єдиною породою сімейства коропових у Російській імперії, а пізніше – у Радянському Союзі. У закладі можна скуштувати уху та рулет з Антонінського коропа.

Подільська ресторація «ФРАНТЬ», що розташована у місті Кам’янець-Подільський пропонує своїм відвідувачам скуштувати страви подільської кухні XIX століття. У меню використане поєднання української, польської та вірменської кухні – найбільш поширених народів, що проживали на території Кам’янця.

Окрім ресторанів з автентичною подільською кухнею, створення та проведення фестивалів, для розвитку гастрономічного туризму потрібні також дестинації, які привернуть увагу як пересічних туристів, так і наприклад енофілів, турофілів. Такі люди часто мають на меті побувати у місцях створення того, чи іншого продукту, ознайомитися з виготовленням, відчутти атмосферу у якій відбувається процес створення їхнього улюбленого продукту. На Хмельниччині є декілька таких місць.

Винороб Богдан Павлій, відомий своїми білими та рожевими винами (Veter do it: <https://veterdoit.com/ukrainian-wine-gide/>). Його виноградники знаходяться у селі Каветчина на березі Дністра, на території природного парку «Подільські Товтри». Поблизу Бакоти вирощують червоні європейські сорти – Каберне Совінйон, Сіра та інші, і саме Богдан Павлій першим в Україні отримав тут врожаї італійських сортів – Санджовезе, Неро д'Авола та Неббіоло.

Південний схил, ґрунти суглинисті з великим вмістом вапняку, сонце, яке відбивається від поверхні Дністра, перепади нічних температур,— усі ці фактори сприяють роботі винороба з білими сортами винограду. Виноробню «Bohdan`s winery» засновано у 2012 році. Вже у 2014 році сортове біле вино Йоханітер отримало перше місце серед білих вин на дегустації, яку проводила Асоціація сомельє України. У 2019 році на конкурсі «Одеський залив» вина «Барбариска» та «Бакота» отримали срібні нагороди від авторитетного журі. Особливою гордістю винороба є сорт винограду Ркацителі рожевий.

На виноробні є дегустаційна зала на 12-14 осіб із панорамним видом на Бакоту та виноградники, тут можна скуштувати унікальні вина Подільських товтр (Vynnyi gid Ukrainy: <https://www.uabestwine.com>).

У серпні 2020 року Павлій отримав ліцензію на виробництво вина за спрощеною процедурою. І вже навесні 2021 року вино Bohdan`s Winery можна буде придбати в магазинах та ресторанах (Nezaleznyi hromadskyi portal: <https://ngp-ua.info/2020/11/47818>).

У 2015 році у селі Калюс Новоушицького району, було отримано першу партію вина. Колись, на території поселення був завод, що спеціалізувався на виробництві вина, а сьогодні власник виноробні «Kalyus Winery» продовжує місцеві традиції.

У 2019 році були розроблені сучасні етикетки та налагодилася логістична складова підприємства.

У 2015 році було розлито першу домашню партію авторського вина. З кожним роком урожаї та обсяги виробництва зростали, і врешті Юрій Данилюк наважився придбати необхідне обладнання та запустити власний бренд, з історичним ім'ям Kalyus Winery. А влітку 2019 року, промарковані свіжими етикетками, перші пляшки відправились до своїх замовників (Ogorodniki news: <https://ogorodniki.news>).

Обсяги виробництва вина складають понад 10 тисяч літрів. Виноград вирощується не лише в межах Хмельницької області, але й на орендованій ділянці, що знаходиться на Херсонщині.

Вирощуються такі сорти винограду як; Мускат, Шардоне, Каберне, Кортис, Мерло та інші.

На виноградні проводять дегустації вина, які тривають дві години. Така атракція для групи з восьми осіб коштує 2500 гривень та включає у себе:

- Експерсію
- Історію та особливості виноробні
- Дегустацію вин (6 видів)
- Закуску, яка представлена сезонними фруктами, фермерським сиром тощо).

На території Хмельницької області є фермові господарства, які раді прийняти туристів та показати закулісся виготовлення тієї, чи іншої продукції.

У селі Голосків Кам'янець-Подільського району Хмельницької області розташувалося ферма «Tasty Snails», що спеціалізується на розведенні та продажу їстівних равликів Helix Aspersa Muller. Засноване господарство у 2019 році.

Окрім того, що м'ясо равлика є корисним, воно надзвичайно смачне та не містить холестерину. До його складу входить велика кількість вітамінів, що потрібна для людського організму. Слиз равлика високо цінується у косметології.

На фермі проводять екскурсії, на яких власник розповідає увесь процес вирощування равлика. Після ознайомлення з усіма етапами виробництва продукції проходить дегустація, на якій пропонують скуштувати ескарго під різними соусами, скуштувати канапку з ікрою, паштет з філе равлика та поєднати це з білим сухим вином та французьким багетом (Lacon – eko-ferma: <https://lacon.com.ua/>).

У Теофіпольському районі, у селі Волиця знаходиться акваферма, яка займається розведенням африканських мармурових сомів. Рибу тут годують кормами, що містять рибне борошно. Вода, що поступає у басейни має два ступені очищення:

- Механічний
- Біологічний

Риба проходить лабораторні тести та визнана екологічно чистим продуктом.

Завітавши на акваферму можна спробувати два види ковбаси – рублену та з фаршу, яка виготовляється шляхом коптіння м'яса гарячим та холодним методами (Suspilne: <https://suspilne.media>).

У селі Колодіївка, яке відноситься до Староушицької громади розташувалося «Трав'ярні сім'ї Прудивусів». Завдяки унікальним природно-кліматичним чинникам даної території вирощені тут рослини мають у своєму складі набагато більшу кількість ефірних олій та кращу лікувальну дію.

На сьогоднішній день «Трав'ярня» радо вітає туристів з різних куточків України. Завітавши у гості можна продегустувати різні види чаїв (понад 30 видів), настоянок (Територія успішних інвестицій: <http://suinvest.biz/project>).

У селі Чабанівка Кам'янець-Подільського району розташована ферма «Lacón» – національний виробник натуральної сирно-молочної продукції та єдине в Україні сертифіковане овече племінне репродуктивне господарство знаменитої французької молочної породи Лакон (Lacaune). На території побудований та діє сучасний міні молокозавод з виробництва сирів, переробки молочної продукції з власної сировини. Застосовується автоматизоване безконтактне доїння овець високоякісним імпортним обладнанням шведської фірми «DeLaval». Продукція є унікальною для вітчизняного сирно-молочного ринку за сукупністю таких характеристик як користь та безпека для організму і здоров'я людини, екологічність, неперевершені смакові якості та кулінарні можливості, а також не містить лактози. Виробник має широкий асортимент продукції: сири «Лакон-трюфель», «Пекоріно», «Манчего», «Рікота», «Пекоріно з прованськими травами», «Манчего з брусницею», «Фета», «Парміно», бринза «Лакон» (Lacón – eko-ferma: <https://lacion.com.ua/>).

Виробництва, на які безпосередньо можна потрапити для дегустації гастрономічної продукції та ознайомлення з процесом її виготовлення мають велику зацікавленість для туристів. Вони спонукають до нових знань, вивчення історії продукту, підприємства, що позитивно впливає на враження від подорожі.

Висновки. Проаналізувавши одні з останніх досліджень, можна зробити висновки, що кількість туристів збільшується на тій території, де відбувається процес створення нових туристичних продуктів гастрономічного туризму – фестивалів, ярмарок, народних свят. Такі події формують неабиякий інтерес серед подорожуючих до тієї, чи іншої туристської дестинації. Завдяки проведенню фестивалів не лише зростає потік туристів, але й відбувається процес розвитку локальних господарств, готельно-ресторанного бізнесу. Найактивнішим сезоном для таких дійств є літньо-осінній період. Хмельницька область має достатню кількість ресурсів та великий потенціал для того, щоб стати конкурентоспроможною серед інших регіонів подільського краю у гастрономічному туризмі.

Гастрономічним туристам важливо не лише посмакувати особливі страви національної кухні, але й відчути атмосферу, яка панує навколо, приєднатися до приготування, дізнатися історію виникнення певної страви і отримати оригінальний рецепт.

Завдяки популяризації місцевої кухні, а відповідно, поліпшення стану розвитку гастрономічного туризму, буде відбуватися й сприяння економічного розвитку, включаючи у себе різні сектори економіки.

Ресторанна сфера має відіграти важливу роль у популяризації, підвищенню інтересу та розвитку місцевої кухні. Ресторация Шпігеля, Південна брама, Франт та інші заклади області використовують для приготування своїх страв старовинну рецептуру подільської кухні, яку адаптують під сучасного споживача.

Туристи, що цікавляться терруарними продуктами надзвичайно велика. Тому місцевим господарствам варто створювати туристичну інфраструктуру на своїх виробництвах. Створювати місця для ночівлі, облаштовувати дегустаційні зали, пропонувати екскурсії, які покажуть процес виготовлення, ознайомлять з історією продукту та інше.

На сьогодні, на території Хмельницької області є господарства, які раді вітати та ласувати туристів продуктами, що вирощені, виготовлені в межах краю. Равликові, сирні, акваферми, виноробні – усе це слугує надзвичайно привабливими дестинаціями для гастротурів.

Важливою складовою для подальшого розвитку гастрономічного туризму є залучення місцевої влади, закладання коштів у бюджет для розвитку даного виду туризму, залучення лідерів

думок, об'єднання територіальних громад в межах яких розташовані потенційно привабливі підприємства для споживачів туристських послуг, задля створення спільного продукту, або ж туристичного шляху.

Список використаних джерел

- Basiuk D. I., 2012. Innovacijnyj rozvytok gastronomichnogo turyzmu v Ukraini [Innovative development of gastronomic tourism in Ukraine] Nauk. pr. NUHT. 2012. Vypusk 45 (in Ukrainian).
- Bozhuk T. I., L. A., 2011. Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku vynnoho turyzmu (na prykladi Zakarpatskoi oblasti). Turystychna industriia: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku: VI mizhnar. nauk.- prakt. konf. Tom 2. Vypusk 6 (in Ukrainian).
- Eko-ferma «Tasty snails». <https://tastysnails.com/ekskursiyi/>
- Gastropodorozhi z Dmytrom Borysovym: Podillia. Zruchno travel: turystychnyj portal. <https://zruchno.travel>
- Global Report on Food Tourism, World Tourism Organization (UNWTO), 2012. Madrid, Spain. <https://www.e-unwto.org/>
- Godzia, bazonia i babka negre. Den': <https://m.day.kyiv.ua>
- Gospodar z Khmelnychchyny vidrodiv starovynni vynogradnyky. Ogorodniki news: <https://ogorodniki.news>
- Istoriia Yarmolynets. Yarmolynetska tsentralna biblioteka. <http://biblioyar.at.ua>
- Kornilova N. V., 2018. Gastronomichni festyvali v Ukraini yak faktor rozvytku gastronomichnogo turyzmu [Gastronomic festivals in Ukraine as a factor in the development of gastronomic tourism] Ahrosvit. Vypusk 20 (in Ukrainian).
- Kornilova N. V., 2018. Suchasni tendencii rozvytku gastronomichnogo turyzmu [Current trends in gastronomic tourism] Efektyvna ekonomika. Vypusk 2 (in Ukrainian).
- Lacon – eko-ferma. <https://lacon.com.ua/>
- Ofitsiinyi sait Kamianets-Podilskogo derzhavnogo istorychnogo muzeiu-zapovidnyka. <http://muzeum.in.ua>
- Ofitsiinyi sait Khmelnytskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. <https://www.adm-km.gov.ua>
- Olena Pavlova pro podilsku kukhniu. VezhA: informatsiinyi portal. <https://vezha.ua>
- Na Khmelnychchyni fermer vyroshchuie afrykanskykh somiv. Suspilne: <https://suspilne.media>
- Navesni 2021 roku v magazynakh ta restoranakh mozna bude kupyty vyno, yake vyrobliaietsia u Bakoti. Nezaleznyi hromadskyi portal. <https://ngp-ua.info/2020/11/47818>
- Peremozhti natsionalnoi restoranoi premii Sil 2020. Sil – restoranna premii: <https://saltawards.com>
- Pid Kamiantsem vyruvatyme kulinarnyi festyval. Podillia news: informatsiinyi portal. <https://podillyanews.com>
- Putivnyk. Khmelnytska oblast / redkol.: I. Kurus (holova), L. Bazhenov, Y. Boiev ta in.; khudozh. B. Lohinov, P. Mashkov. K.: Bohdana, 2010. 320 s.: 1000 il.
- Semchenko O. A., 2014. Imidzheva polityka Ukrainy. Zovnishnopolitychni imidzh Ukrainy: pozytyvni i nehatyvni skladnyky [Image policy of Ukraine. Ukraine's foreign policy image: positive and negative components] Serii «Monohraf».
- Slyvenko V. A., Dolhiier A. I., Khrulkova K. A., 2019. Shliakhy aktyvizatsii vitchyznianoho hastroturyzmu na mizhnarodnomu turystychnomu rynku [Ways to intensify domestic gastrotourism in the international tourism market] Efektyvna ekonomika. Vypusk 5 (in Ukrainian).
- Staroushytska hromada. Terytoriia uspishnykh investytsii. <http://suinvest.biz/project> «U mene take vidchuttia, niby ya vydobuvaiu zoloto» — Olena Pavlova pro kukhniu Podillia. Vinnytsia OK: <http://vinnitsaok.com.ua>.
- Ukrainskyi tsentr kulturnykh doslidzen. <http://uccs.org.ua>
- Vynnyj turyzm: gid po najkrashchych ukrainskyh vynorobniakh. Veter do it: <https://veterdoit.com/ukrainian-wine-gide/>
- Vynorobnia «Bohdan`s winery». Vynnyi gid Ukrainy: <https://www.uabestwine.com>
- World Food Travel Association. <http://www.worldfoodtravel.org>
- Zabuti recepty i tradyicii: u Khmelnytskomu vpershe prohodyt' festyval' vulychnoi izhi po-proskurivsky. Novyny Khmelnychchyny: <https://ye.ua>

Біокліматичні умови Львова під час проявів хвиль тепла

Шевченко О.Г.*, Сніжко С.І., Матвієнко М.О.

*Кафедра метеорології та кліматології, Географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: olga.s.meteo@gmail.com

Надішла до редакційної колегії: 05.05.2021.

Прийнята: 20.05.2021.

Анотація. Хвилі тепла призводять до теплового стресу і здійснюють суттєвий вплив на самопочуття, працездатність та здоров'я людей і можуть призвести до помітного короткочасного зростання захворюваності і

навіть смертності. Метою даного дослідження є оцінка біокліматичних умов міста Львова під час проявів хвиль тепла в літні місяці з використанням сучасного біокліматичного індексу – фізіологічно еквівалентної температури (ФЕТ). Для отримання значень ФЕТ в даному дослідженні нами була використана модель «RayMan». За період 1961–2015 рр. у Львові зафіксовано 23 випадки хвиль тепла, з яких 18 – у сучасний період (1991–2015 рр.), а 5 – за період кліматичної норми. Оцінка біокліматичних умов під час хвиль тепла, показала, що в ці періоди спостерігаються умови від легкого до екстремального теплового стресу. При цьому днів з легким тепловим стресом зафіксовано 11.4 % від загальної кількості, днів з помірним тепловим стресом – 47.2 %, з сильним – 35.2 %, з екстремальним – 6.3 % днів. Встановлено, що хвиля тепла серпня 2015 року була найтривалішою та найінтенсивнішою для Львова з 1961 року. Добовий хід значень ФЕТ під час цієї ХТ характеризувався мінімальними значеннями перед сходом Сонця або в ранкові години і максимальними значеннями о 15.00 за київським поясным часом (КПЧ). В більшості випадків тепловий стрес фіксувався з 9.00 і тривав до 18.00 КПЧ.

Ключові слова: біокліматичні умови, хвиля тепла, фізіологічно еквівалентна температура, тепловий стрес.

Thermal comfort conditions during heat wave events in Lviv

Shevchenko O., Snizhko S., Matviienko M.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, e-mail: olga.s.meteo@gmail.com

Abstract. A meteorological phenomenon that consists of abnormally hot weather conditions, lasting several days or longer and that belongs to the atmosphere's synoptic-scale circulation is termed a Heat Wave. Heat waves cause heat stress and have significant impacts on the wellbeing, efficiency and health of humans, and can lead to marked short-term increases in morbidity and mortality. The aim of this work is an assessment of the thermal comfort conditions in Lviv during summer heat wave events for the period 1961–2015. The assessment is based on the thermal index Physiologically Equivalent Temperature (PET). The calculation of PET is performed utilizing the RayMan model. As shown in the study, during the period of 1961–2015, 23 heat wave events were found in Lviv. Those HWs were characterized by different duration (from 6 to 14 days) and intensity (with the maximum value of cumulative $T_{a,MAX} - 48.8^{\circ}C$). The obtained results suggest that the HW event of 2015 was the longest and the most strenuous HW in human-biometeorological terms in Lviv since 1961. Strong and extreme heat stress also prevailed in Lviv at 15.00 EEST during this HW event. The diurnal variation of PET values during the HW was similar to that of the air temperature with minimum values in the early morning and maximum in the afternoon (15.00 EEST). Mainly, throughout the period, days occurred on which heat stress occurred for 9 hours (9.00–18.00 EEST). The findings obtained in this study can be used in public health protection, regional and urban planning, various aspects of tourism and recreation areas, and research in climate change.

Keywords: human thermal comfort conditions, heat wave, physiologically equivalent temperature, heat stress.

Вступ. Хвиля тепла – це атмосферне явище, що проявляється у вигляді аномально спекотної погоди, яка зберігається протягом певного періоду і охоплює значні території. Хвилі тепла літнього періоду очолюють список екстремальних погодних і кліматичних явищ (Gershunov et al., 2009). Дуже потужні хвилі тепла спостерігалися в Центральній Європі в червні і серпні 2003 р. (Fink et al., 2004), в червні та липні 2006 р. (Fouillet et al., 2008; Rebetez et al., 2009), влітку 2015 р. (Hoy et al., 2017; Krzyżewska & Dyer, 2018), а також – в Східній Європі та Європейській частині Російської Федерації в липні та серпні 2010 р. (Grumm, 2011; Shevchenko et al., 2014). Хвилі тепла призводять до теплового стресу і здійснюють суттєвий вплив на самопочуття, працездатність та здоров'я людей і можуть призвести до помітного короткочасного зростання захворюваності і навіть смертності (Basu, 2009; Kovats & Kristie, 2006). Оскільки, погодно-кліматичні умови конкретного регіону чи міста впливають на комфортність території для проживання населення і належать до визначальних чинників для розвитку рекреації та туризму, то зростання повторюваності хвиль тепла, їх тривалості та інтенсивності, може суттєво вплинути на біоклімат певної території і та її туристичну привабливість. Зважаючи на те, що Львів є одним із центрів міського туризму в Україні, очевидною є необхідність оцінки біоклімату цього міста під час прояву хвиль тепла, адже, результати таких досліджень можуть стати підґрунтям для розробки заходів адаптації міста до спеки.

Метою даного дослідження є оцінка біокліматичних умов міста Львова під час проявів хвиль тепла в літні місяці з використанням сучасного біокліматичного індексу – фізіологічно еквівалентна температура.

Матеріали і методи досліджень. В метеорології на сьогоднішній день не існує єдиного універсального визначення хвиль тепла, що використовувалося б як критерій для виявлення цієї аномалії у всіх без винятку дослідженнях (Gershunov et al., 2009). Проте, множина існуючих підходів до ідентифікації ХТ, дозволяє обрати оптимальний залежно від мети дослідження і характеристик території. У наших попередніх дослідженнях (Shevchenko & Snizhko, 2012) обґрунтовано зручність використання визначення ХТ, що рекомендоване Міжнародною групою експертів зі зміни клімату, для дослідження проявів цього явища на території України. Тому для ідентифікації випадків ХТ та подальшого вивчення впливу цього явища на біокліматичні умови м. Львова нами застосовувалися наступні критерії: хвиля тепла – це період, протягом якого максимальна добова температура повітря понад 5 послідовних днів перевищує середню максимальну температуру повітря за цей день за період 1961–1990 рр. на 5°C. Для ідентифікації випадків ХТ в даному дослідженні була використана максимальна добова температура повітря за 1 червня–31 серпня 1961–2015 рр., отримана на метеорологічній станції Львів.

Значна мінливість термічного та вітрового режимів і поля вологості в межах урбанізованого середовища, а також висока густина населення (що, відповідно, зазнає впливу цього середовища) визначає необхідність застосування для оцінки біоклімату міста найбільш сучасних та об'єктивних біокліматичних індексів (БІ), що ґрунтуються на рівнянні енергетичного балансу, та при розрахунках яких враховується середня радіаційна температура.

Серед європейських вчених одним з найпопулярніших БІ є фізіологічно-еквівалентна температура (ФЕТ) (*physiological equivalent temperature (PET)* – англ.), запропонована Нёрре (1999). Фізіологічно-еквівалентна температура – це біокліматичний індекс, виведений з рівняння енергетичного балансу людини, що може застосовуватися для оцінки термічних складових різних кліматів. Одиницями вимірювання ФЕТ є °С, що робить даний індекс дуже зручним для використання не лише фахівцями, але й архітекторами, міськими чи регіональними планувальниками, які можуть бути не так добре знайомі з термінологією сучасної біокліматології та екологічної кліматології.

Lee et al. (2013) зазначають, що на сьогоднішній день за допомогою даного БІ здійснено оцінки біоклімату в різних куточках нашої планети. Tkachuk (2012), провівши аналітичний огляд БІ, також дійшов до висновку, що ФЕТ є дуже вдалим універсальним біокліматичним індексом, адже, в ньому враховано повне рівняння теплового балансу, температура внутрішніх органів, інтенсивність потовиділення, вологість шкіри та метеорологічні параметри. Індекс може використовуватися для будь-якого клімату і, як для середньостатистичної людини, так і для кожного окремого індивідуума. Свідченням переваг та універсальності ФЕТ, є не лише його значне поширення серед науковців-метеорологів, а також те, що Директива Німецької асоціації інженерів (Verein Deutscher Ingenieure (VDI) – нім.) № 3787, частина II «Методи біокліматичної оцінки клімату для людини та якості повітря для міського та регіонального планування, частина I: клімат» (VDI, 1998), рекомендує використання ФЕТ для оцінки термальних компонентів різних кліматів.

Детальний аналіз статей з біометеорології, опублікованих у рецензованих журналах свідчить про те, що серед 165 БІ, які були розроблені, ФЕТ є найбільш вживаним. Фізіологічно-еквівалентна температура застосовувалася для дослідження біокліматичних умов у 30.2 % досліджень, проаналізованих Potchter et al. (2018). В той час як на застосування PMV – припадало 10.1 %, UTCI – 8.0 %, SET – 5.0 %, інші індекси виявилися значно менш вживаними. Для оцінки біоклімату та комфортності середовища за ФЕТ були розроблені наступні його градації (табл. 1).

Таблиця 1. Градації фізіологічно-еквівалентної температури [Matzarakis et al., 1999]

ФЕТ (°C)	Тепловідчуття	Оцінка фізіологічного стресу
менше 4.0	дуже холодно	екстремальний холодний стрес
4.1–8.0	холодно	сильний холодний стрес
8.1–13.0	прохолодно	помірний холодний стрес
13.1–18.0	злегка прохолодно	легкий холодний стрес
18.1–23.0	комфортно	відсутність термічного стресу
23.1–29.0	злегка тепло	легкий тепловий стрес
29.1–35.0	тепло	помірний тепловий стрес
35.1–41.0	спекотно	сильний тепловий стрес
більше 41.0	дуже спекотно	екстремальний тепловий стрес

Для отримання значень ФЕТ в даному дослідженні нами була використана модель «RayMan» (Matzarakis et al., 2007), що є оптимальним інструментом для розрахунків сучасних біокліматичних індексів, і яка набула значного поширення серед вчених всього світу для вирішення аналогічних задач (Abreu-Harbach et al., 2014; Błażejczyk & Matzarakis, 2007; Katerusha & Matzarakis, 2015; Lin & Matzarakis, 2011; Mahmoud, 2011; Matzarakis & Endler, 2010; Matzarakis & Nastos, 2011; Omonijo et al., 2013). В якості вхідної інформації для моделі була використана температура та вологість повітря, швидкість вітру та хмарність за 12.00 за міжнародним скоординованим часом (МСЧ), отримана на метеорологічній станції Львів під час випадків хвиль тепла за червень–серпень 1961–2015 рр. Для дослідження добового ходу значень ФЕТ – значення тих же метеорологічних величин за всі строки спостережень за період з 3 по 16 серпня 2015 р. Моделювання здійснено для «стандартної людини» – зростом 175 см, вагою – 75 кг, віком – 35 років та чоловічої статі. Теплопродукція при здійсненні моделювання бралася рівною 80 В (що відповідає стану спокою людини, яка знаходиться у вертикальному положенні, а теплоопірність одягу – 0.9 КЛО (стандартна теплоопірність одягу для умов високих температур)).

Результати та їх аналіз. Динаміка та аналіз характеристик хвиль тепла у Львові. В результаті аналізу рядів максимальної добової температури повітря було встановлено, що за червень–серпень 1961–2015 рр. у Львові зафіксовано 23 випадки ХТ, що відповідали критеріям визначення цього явища, яке використано в даному дослідженні. При цьому чітко простежуються

нерівномірність прояву в часі даного атмосферного явища: за період кліматичної норми (1961–1990 рр.) зафіксовано 5 випадків ХТ, а за 1991–2015 рр. – 18 випадків (рис. 1). Варто відмітити, що за 1965–1981 рр. у Львові не було зафіксовано жодного випадку хвиль тепла. За досліджуваний період загальна тривалість ХТ у Львові становила 176 днів, при цьому в сучасний період – 143 дні, що більш ніж у 4 рази перевищує тривалість хвиль тепла у місті за період кліматичної норми.

Середня тривалість ХТ у Львові за досліджуваний період становила 7.7 дня, коливаючись при цьому від 6 до 14 днів (табл. 2). Слід зазначити, що оскільки існує низка визначень цього явища, згідно яких хвилею тепла може бути визначений епізод (за умови якщо задовольняються інші критерії) мінімальною тривалістю від трьох днів (Ding et al., 2010; Kyselý, 2010) а також, зважаючи на негативний вплив спеки на людський організм, навіть випадки тривалістю 6 днів не можна вважати короткими і вони потребують подальшого аналізу. Адже, ці спекотні періоди могли призвести до суттєвого погіршення біокліматичних умов та вплинути на здоров'я людей.

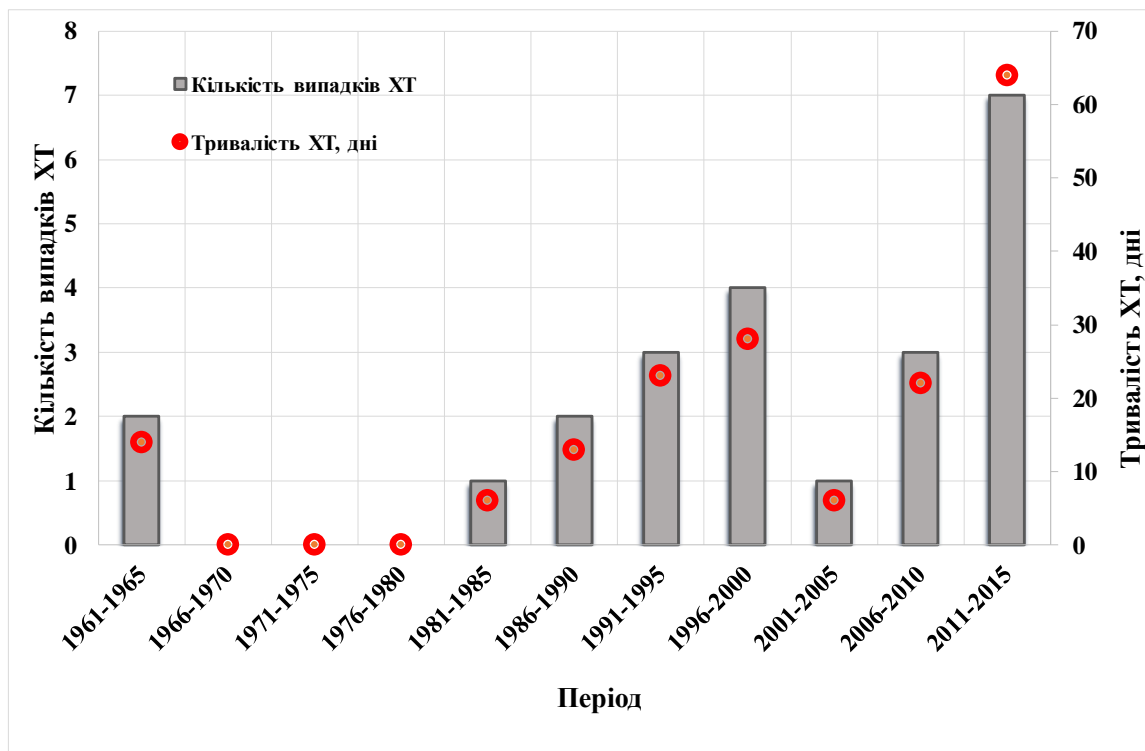


Рис. 1. Кількість випадків хвиль тепла та їх загальна тривалість у Львові за період 1961–2015 рр.

Для характеристики інтенсивності ХТ, як правило, використовується кумулятивна T_{\max} протягом окремої ХТ. Kyselý (2002) зазначає, що ця характеристика є найзручнішою для вирішення такої задачі. Зазвичай кумулятивну T_{\max} протягом окремої ХТ розраховують як суму різниць між максимальною добовою температурою повітря та певним граничним значенням, що залежить від визначення хвиль тепла, яке використовується.

Хвилі тепла, які спостерігалися у Львові за досліджуваний період, суттєво відрізнялися за інтенсивністю – від 7.5°C за кумулятивною максимальною температурою (ХТ серпня 2001 р.) до 48.3 та 48.8°C (ХТ липня 2012 р. та ХТ серпня 2015 р., відповідно). Середня максимальна температура повітря під час випадків хвиль тепла варіювалася несуттєво – від 27.2°C (під час ХТ червня 1998 р.) до 31.9°C (під час ХТ серпня 2015 р.).

Таблиця 2. Характеристика випадків ХТ у Львові за період 1961–2015 рр.

Дати	Тривалість ХТ (дні)	Кумулятивна $T_{a,MAX}$ (°C)	Середня максимальна температура повітря під час ХТ (°C)
01.08–08.08.1963	8	20.3	31.5
19.06–24.06.1964	6	13.0	29.3
01.06–06.06.1982	6	15.1	27.4
17.07–23.07.1987	7	10.9	29.6
07.07–12.07.1989	6	12.5	29.2
26.08–31.08.1992	6	33.9	31.6
25.07–03.08.1994	10	34.2	31.6
19.08–25.08.1995	7	19.6	28.9
07.06–12.06.1996	6	16.9	29.1
03.06–12.06.1998	10	13.7	27.2
10.06–15.06.1999	6	12.1	27.8
17.08–22.08.2000	6	28.1	31.5
17.08 – 22.08.2001	6	7.5	28.1
05.07–12.07.2006	8	11.5	28.5
13.06–18.06.2007	6	10.2	27.5
15.07–22.07.2007	8	28.8	31.7
01.06–08.06.2011	8	22.0	28.1
17.06–22.06.2012	6	21.9	30.1
30.06–11.07.2012	12	48.8	31.0
20.08 – 26.08.2012	7	21.4	29.1
05.08 – 10.08.2013	6	15.3	31.4
26.07–05.08.2014	11	29.3	30.9
03.08–16.08.2015	14	48.3	31.9

Біокліматичні умови під час хвиль тепла. Для аналізу біокліматичних умов під час літніх ХТ за багаторічний період, як правило, використовують дані за один із денних строків спостережень, коли фіксуються найвищі температури повітря і відповідно, інтенсивність теплового стресу – також найвища. В даному дослідженні оцінка біоклімату Львова під час ХТ здійснена з використанням значень фізіологічно еквівалентної температури за 12.00 МСЧ.

Аналіз біокліматичних умов під час двадцяти трьох хвиль тепла, що зафіксовані у Львові з 1961 р., показав, що в ці періоди спостерігаються умови від легкого до екстремального теплового стресу (табл. 3). Днів з комфортними умовами в ці періоди не спостерігалось, днів з легким тепловим стресом було зафіксовано лише 11.4 % від загальної кількості днів під час ХТ. Переважали дні з помірним (47.2 %) та сильним тепловим стресом (35.2 %). Екстремальним тепловим стресом характеризувалося 6.3 % днів. Крім того, слід зазначити, що дні з легким тепловим стресом фіксувалися переважно на початку або вкінці епізодів хвиль тепла, найчастіше вони пов'язані з хмарністю, яка помітно знижує опромінення людського організму прямою сонячною радіацією, впливає на середню радіаційну температуру та, відповідно, знижує значення ФЕТ.

Також в окремі дні легкий тепловий стрес о 12.00 МСЧ фіксувався у випадку випадання опадів у строк спостережень або близький до нього час, що відповідно знижувало температуру повітря, могло супроводжуватися зростанням швидкості вітру та, відповідно, призводило до зниження інтенсивності теплового стресу. Середнє значення ФЕТ під час окремої хвилі тепла о 12.00 МСЧ варіювалося від 29.8°C (ХТ червня 1999 р.) до 38.1°C (ХТ серпня 2015 р.), а найвище абсолютне значення становило 47.7°C (також під час ХТ серпня 2015 р.).

Таблиця 3. Біокліматичні умови під час випадків ХТ у м. Львові за 1961–2015 рр.

Дати і тривалість (дні)	Середнє значення ФЕТ за період ХТ о 12.00 МСЧ (°С)	Діапазон значень ФЕТ (°С) о 12.00 МСЧ за період ХТ
01.08 – 08.08.1963 (8)	36.4	30.6 (помірний) – 47.3 (екстремальний)
19.06 – 24.06.1964 (6)	31.3	27.3 (легкий) – 36.3 (сильний)
01.06 – 06.06.1982 (6)	31.9	27.8 (легкий) – 44.7 (екстремальний)
17.07 – 23.07.1987 (7)	34.3	29.4 (помірний) – 45.9 (екстремальний)
07.07 – 12.07.1989 (6)	32.0	26.3 (легкий) – 34.2 (помірний)
26.08 – 31.08.1992 (6)	34.2	29.7 (помірний) – 37.0 (сильний)
25.07 – 03.08.1994 (10)	36.3	34.5 (помірний) – 38.2 (сильний)
19.08 – 25.08.1995 (7)	35.8	31.1 (помірний) – 43.9 (екстремальний)
07.06 – 12.06.1996 (6)	36.1	30.6 (помірний) – 45.5 (екстремальний)
3.06 – 12.06.1998 (10)	30.2	26.0 (легкий) – 41.9 (екстремальний)
10.06 – 15.06.1999 (6)	29.8	26.8 (легкий) – 32.5(помірний)
17.08 – 22.08.2000 (6)	36.2	25.3 (легкий) – 43.5 (екстремальний)
17.08 – 22.08.2001 (6)	34.2	31.2 (помірний) – 35.3 (сильний)
05.07 – 12.07.2006 (8)	33.4	29.4 (помірний) – 45.1 (екстремальний)
13.06 – 18.06.2007 (6)	30.3	27.6 (легкий) – 33.8 (помірний)
15.07 – 22.07.2007 (8)	37.3	29.4 (помірний) – 46.2 (екстремальний)
01.06 – 08.06.2011 (8)	31.6	28.4 (легкий) – 34.7 (помірний)
17.06 – 22.06.2012 (6)	33.3	23.2 (легкий)– 37.3 (сильний)
30.06 – 11.07.2012 (12)	35.6	30.7 (помірний) – 39.7 (сильний)
20.08 – 26.08.2012 (7)	32.5	27.7 (легкий) – 36.3 (сильний)
05.08 – 10.08.2013 (6)	36.5	32.7 (помірний) – 40.6 (сильний)
26.07 – 05.08.2014 (11)	34.1	28.7 (легкий) – 39.5 (сильний)
03.08 – 16.08.2015 (14)	38.1	34.4 (помірний) – 47.7(екстремальний)

Таким чином, проведений аналіз випадків ХТ, що спостерігалися у Львові за досліджуваній період, свідчить, що хвиля тепла серпня 2015 року – була найтривалішою та найінтенсивнішою для цього міста з 1961 року. За даними (Krzyżewska & Dyer, 2018) середня температура повітря в першій половині серпня 2015 р. була найвищою для цього періоду з 1980 року на більшості метеорологічних станцій Польщі, для деяких метеорологічних станцій західної України, а також – для окремих станцій Білорусі та Литви.

Хвиля тепла першої половини серпня 2015 р. була однією з найпотужніших в Центральній та Східній Європі (Hou et al., 2017). Krzyżewska and Dyer (2018) відносять цей випадок до мегахвиль тепла (МХТ) і зазначають, що серед 6 МХТ, які зафіксовані з 1945 року на території Польщі, цей характеризувався найвищою тривалістю та охоплював більшу територію, ніж інші. За даними Krzyżewska (2020) та Tomczyk et al. (2020) під час ХТ серпня 2015 року в Польщі найбільшим тепловим стресом характеризувалися 7 та 8 серпня. Аналіз значень ФЕТ та максимальної температури під час цієї ХТ у Львові не підтвердив, що ці дні характеризувалися найсильнішим тепловим стресом у даному місті. Виникнення та існування ХТ першої половини серпня 2015 р. пов'язано з потужною системою високого тиску. Tomczyk et al. (2019) встановив, що антициклон стаціонував над більшою частиною північної, центральної та східної Європи, а його центр (з тиском понад 1020 гПа) був розташований над західною частиною Російської Федерації. Проаналізувавши карти баричної топографії для різних ізобаричних поверхонь, Tomczyk показав, що антициклональні блокуючі утворення над центральною Європою влітку стримують зональний потік повітряних мас та посилюють меридіональний, що призводить до адвекції тропічних повітряних мас.

Добовий хід значень ФЕТ під час хвилі тепла першої половини серпня 2015 року у Львові є близьким до типового добового ходу температури повітря з мінімальними значеннями перед сходом Сонця або в ранкові години (рис. 2) і максимальними значеннями о 15.00 КПЧ.

Слід зазначити, що аналогічний добовий хід значень ФЕТ під час хвиль тепла був отриманий в роботах (Konstantinov et al., 2014; A Matzarakis et al., 2009; Tomczyk et al., 2020).

Під час ХТ першої половини серпня 2015 р. тепловий стрес розпочинався з 9.00 КПЧ (або в окремі дні дещо пізніше) і тривав до 18.00 КПЧ, а 7 і 12 серпня – до 21.00 КПЧ. Таким чином, під час хвилі тепла мешканці міста майже кожного дня зазнавали теплового стресу тривалістю близько 9 годин. О 15-й годині КПЧ під час цієї хвилі тепла у Львові переважав сильний та екстремальний тепловий стрес.

За даними Tomczyk et al. (2020), на території Польщі в цей строк спостережень значення ФЕТ переважно належали до тих самих градацій.

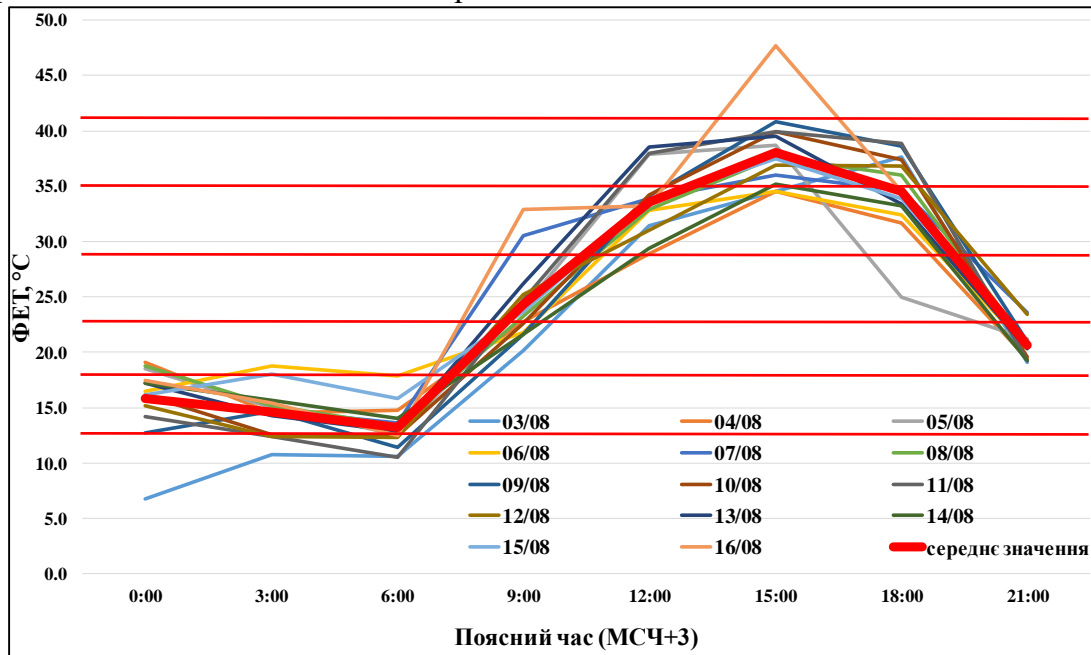


Рис. 2. Добовий хід значень ФЕТ під час ХТ першої половини серпня 2015 р.

Висновки. За період 1961–2015 рр. у Львові зафіксовано 23 випадки хвиль тепла (загальною тривалістю 176 днів), з яких 18 – у сучасний період (1991–2015 рр.), а 5 – за період кліматичної норми. Середня тривалість ХТ у Львові за досліджуваний період становила 7.7 дня, коливаючись при цьому від 6 до 14 днів. Найвища інтенсивність за кумулятивною максимальною температурою – 48.8°C (під час ХТ серпня 2015 р.). Оцінка біокліматичних умов під час хвиль тепла, здійснена з використанням сучасного біокліматичного індексу фізіологічно еквівалентної температури, показала, що в ці періоди спостерігаються умови від легкого до екстремального теплового стресу. При цьому днів з легким тепловим стресом зафіксовано 11.4 % від загальної кількості днів під час ХТ, днів з помірним тепловим стресом – 47.2 %, з сильним – 35.2 %, з екстремальним – 6.3 % днів. Встановлено, що за досліджуваний період у Львові хвиля тепла серпня 2015 року була найтривалішою та найінтенсивнішою для цього міста з 1961 року. О 15-й годині під час цієї хвилі тепла у Львові переважав сильний та екстремальний тепловий стрес, а добовий хід значень ФЕТ був близьким до типового добового ходу температури повітря з мінімальними значеннями перед сходом Сонця або в ранкові години і максимальними значеннями о 15.00 за КПЧ. Під час ХТ тепловий стрес розпочинався з 9.00 або в окремі дні дещо пізніше і тривав до 18.00, а 7 і 12 серпня – до 21.00. Отримані результати можуть бути використані для розробки заходів адаптації міста до теплового стресу, розробки та впровадження системи оповіщення про спекотну погоду, що може зашкодити здоров'ю (*Heat Health Warning System* –

англ.), що вже діють у багатьох Європейських містах, а також – при плануванні туристичних та бізнес-поїздок до Львова у літні місяці.

Список використаних джерел

- Abreu-Harbach, L. V., Labaki, L. C., Matzarakis, A., Abreu-Harbach, L. V., Labaki, L. C., & Matzarakis, A. (2014). Thermal bioclimate as a factor in urban and architectural planning in tropical climates-The case of Campinas, Brazil. 17, 489–500. <https://doi.org/10.1007/s11252-013-0339-7>
- Basu, R. (2009). High ambient temperature and mortality: a review of epidemiologic studies from 2001 to 2008. *Environmental Health*, 8(1), 40. <https://doi.org/10.1186/1476-069X-8-40>
- Błażejczyk, K., & Matzarakis, A. (2007). Assessment of bioclimatic differentiation of Poland based on the human heat balance. In *Geographia Polonica* (Vol. 80, Issue 1). [https://www.urbanclimate.net/matzarakis/papers/Bioclimatic differentiation of Poland.pdf](https://www.urbanclimate.net/matzarakis/papers/Bioclimatic%20differentiation%20of%20Poland.pdf)
- Ding, T., Qian, W., & Yan, Z. (2010). Changes in hot days and heat waves in China during 1961-2007. *International Journal of Climatology*, 30(10), 1452–1462. <https://doi.org/10.1002/joc.1989>
- Fink, A. H., Brücher, T., Krüger, A., Leckebusch, G. C., Pinto, J. G., & Ulbrich, U. (2004). The 2003 European summer heatwaves and drought -synoptic diagnosis and impacts. *Weather*, 59(8), 209–216. <https://doi.org/10.1256/wea.73.04>
- Fouillet, A., Rey, G., Wagner, V., Laaidi, K., Empereur-Bissonnet, P., Le Tertre, A., Frayssinet, P., Bessemoulin, P., Laurent, F., De Crouy-Chanel, P., Jouglu, E., & Hémon, D. (2008). Has the impact of heat waves on mortality changed in France since the European heat wave of summer 2003? A study of the 2006 heat wave. *International Journal of Epidemiology*, 37(2), 309–317. <https://doi.org/10.1093/ije/dym253>
- Gershunov, A., Cayan, D. R., & Jacobellis, S. F. (2009). The great 2006 heat wave over California and Nevada: Signal of an increasing trend. *Journal of Climate*, 22(23), 6181–6203. <https://doi.org/10.1175/2009JCLI2465.1>
- Grumm, R. H. (2011). The central European and Russian heat event of July-August 2010. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 92(10), 1285–1296. <https://doi.org/10.1175/2011BAMS3174.1>
- Höppe, P. (1999). The physiological equivalent temperature - a universal index for the biometeorological assessment of the thermal environment. *International Journal of Biometeorology*, 43(2), 71–75. <https://doi.org/10.1007/s004840050118>
- Hoy, A., Hänsel, S., Skalak, P., Ustrnul, Z., & Bochníček, O. (2017). The extreme European summer of 2015 in a long-term perspective. *International Journal of Climatology*, 37(2), 943–962. <https://doi.org/10.1002/joc.4751>
- Katerusha, O., & Matzarakis, A. (2015). Thermal bioclimate and climate tourism analysis for Odessa, Black Sea. *Geografiska Annaler: Series A, Physical Geography*, 97(4), 671–679. <https://doi.org/10.1111/geoa.12107>
- Konstantinov, P. I., Varentsov, M. I., & Malinina, E. P. (2014). Modeling of thermal comfort conditions inside the urban boundary layer during Moscow's 2010 summer heat wave (case-study). *Urban Climate*, 10(P3), 563–572. <https://doi.org/10.1016/j.uclim.2014.05.002>
- Kovats, R. S., & Kristie, L. E. (2006). Heatwaves and public health in Europe. *European Journal of Public Health*, 16(6), 592–599. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckl049>
- Krzyżewska, A., & Dyer, J. (2018). The August 2015 mega-heatwave in Poland in the context of past events. *Weather*, 73(7), 207–214. <https://doi.org/10.1002/wea.3244>
- Krzyżewska, A., Wereski, S., & Demczuk, P. (2020). Biometeorological conditions during an extreme heatwave event in Poland in August 2015. *Weather*, 75(6), 183–189. <https://doi.org/10.1002/wea.3497>
- Kyselý, J. (2002). Temporal fluctuations in heat waves at Prague-Klementinum, the Czech Republic, from 1901-97, and their relationships to atmospheric circulation. *International Journal of Climatology*, 22(1), 33–50. <https://doi.org/10.1002/joc.720>
- Kyselý, J. (2010). Recent severe heat waves in central Europe: how to view them in a long-term prospect? *International Journal of Climatology*, 30(1), 89–109. <https://doi.org/10.1002/joc.1874>
- Lee, H., Holst, J., & Mayer, H. (2013). Modification of Human-Biometeorologically Significant Radiant Flux Densities by Shading as Local Method to Mitigate Heat Stress in Summer within Urban Street Canyons.

- Advances in Meteorology, 2013, 1–13. <https://doi.org/10.1155/2013/312572>
- Lin, T.-P., & Matzarakis, A. (2011). Tourism climate information based on human thermal perception in Taiwan and Eastern China. *Tourism Management*, 32(3), 492–500. https://www.academia.edu/22483431/Tourism_climate_information_based_on_human_thermal_perception_in_Taiwan_and_Eastern_China
- Mahmoud, A. H. A. (2011). Analysis of the microclimatic and human comfort conditions in an urban park in hot and arid regions. *Building and Environment*, 46(12), 2641–2656. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2011.06.025>
- Matzarakis, A., Mayer, H., & Iziomon, M. G. (1999). Applications of a universal thermal index: physiological equivalent temperature. *International Journal of Biometeorology*, 43(2), 76–84. <https://doi.org/10.1007/s004840050119>
- Matzarakis, A., & Endler, C. (2010). Climate change and thermal bioclimate in cities: impacts and options for adaptation in Freiburg, Germany. *International Journal of Biometeorology*, 54(4), 479–483. <https://doi.org/10.1007/s00484-009-0296-2>
- Matzarakis, A., & Nastos, P. (2011). Analysis of tourism potential for crete island, greece. In *Global NEST Journal* (Vol. 13, Issue 2). https://journal.gnest.org/sites/default/files/Journal_Papers/141-149_774_Matzarakis_13-2.pdf
- Matzarakis, A., Rocco, M., & Najjar, G. (2009). Thermal bioclimate in Strasbourg - the 2003 heat wave. *Theoretical and Applied Climatology*, 98(3–4), 209–220.
- Matzarakis, Andreas, Rutz, F., Matzarakis, A., Rutz, F., & Mayer, H. (2007). Modelling radiation fluxes in simple and complex environments - Application of the RayMan model Modelling radiation fluxes in simple and complex. *Int J Biometeorol*, 51, 323–334. <https://doi.org/10.1007/s00484-006-0061-8>
- Omonijo, A. G., Adeofun, C. O., Oguntoke, O., & Matzarakis, A. (2013). Relevance of thermal environment to human health: a case study of Ondo State, Nigeria. *Theoretical and Applied Climatology*, 113(1–2), 205–212. <https://doi.org/10.1007/s00704-012-0777-9>
- Potchter, O., Cohen, P., Lin, T.-P., & Matzarakis, A. (2018). Outdoor human thermal perception in various climates: A comprehensive review of approaches, methods and quantification. *The Science of the Total Environment*, 631–632, 390–406. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2018.02.276>
- Rebetez, M., Dupont, O., & Giroud, M. (2009). An analysis of the July 2006 heatwave extent in Europe compared to the record year of 2003. *Theoretical and Applied Climatology*, 95(1–2), 1–7. <https://doi.org/10.1007/s00704-007-0370-9>
- Shevchenko, O., & Snizhko, S. (2012). Khvyli tepla ta osnovni metodolohichni problemy, shcho vynykaiut pry yikh doslidzhenni. [The heat waves main methodological problems, which appears during the research.] *Ukrainian Hydrometeorological Journal*, 11, 101–108. <http://uhmj.odeku.edu.ua/wp-content/uploads/2012/10/13.pdf> (In Ukrainian)
- Shevchenko, O., Lee, H., Snizhko, S., & Mayer, H. (2014). Long-term analysis of heat waves in Ukraine. *International Journal of Climatology*, 34(5), 1642–1650. <https://doi.org/10.1002/joc.3792>
- Tkachuk S. V. (2012). Obzor indeksov stepeni komfortnosti pogodnykh usloviy i ikh svyaz' s pokazatelyami smertnosti. [A review of indexes of the degree of comfort of weather conditions and their relationshi p with mortality rates] *Transactions of the Hydrometeorological Research Center of the Russian Federation*, 347, 194–214. <http://www.meteoinfo.ru> (In Russian)
- Tomczyk, A. M., Bednorz, E., & Matzarakis, A. (2020). Human-biometeorological conditions during heat waves in Poland. *International Journal of Climatology*, 40(12), 5043–5055. <https://doi.org/10.1002/joc.6503>
- Tomczyk, A. M., Bednorz, E., Półrolniczak, M., & Kolendowicz, L. (2019). Strong heat and cold waves in Poland in relation with the large-scale atmospheric circulation. *Theoretical and Applied Climatology*, 137(3–4), 1909–1923. <https://doi.org/10.1007/s00704-018-2715-y>
- VDI – Verein Deutscher Ingenieure e.V. <https://www.vdi.de/>

Розвиток апітуризму в Україні

Сіромаха А.О., Аріон О.В.*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, arion.oksana@gmail.com

Надішла до редакційної колегії: 25.04.2021.

Прийнята: 07.05.2021.

Анотація. Стаття присвячена дослідженню розвитку апітуризму в Україні, зокрема визначенню актуальних тенденцій та особливостей вітчизняної апітуристичної діяльності. Вивчення відкритих джерел інформації на основі використання методів теоретичного узагальнення,

аналізу та синтезу показало, що зростання інтересу до апітуризму має досить глибоке підґрунтя. Розглядаючи його як нову форму зеленого, екологічного туризму, в багатьох країнах і регіонах на нього покладають надію як на такий, що розвивається на засадах сталого розвитку суспільства і сприяє збереженню місцевих традицій бджільництва і розвитку сільських громад. Серед іншого в статті визначена етимологія дефініцій «апітуризм» та, пов'язаного з ним напрямку народної медицини - «апітерапії». Охарактеризована сучасна ситуація щодо розвитку апітуризму в регіонах України, зокрема наявність апітерапевтичних практик, що безперечно є особливою рисою вітчизняного апітуризму. SWOT-аналіз апітуристичної діяльності показав, що розвиток її в Україні є перспективним і сприятиме розвитку регіонів шляхом підтримки вітчизняного бджільництва, формування фінансової стабільності сільських громад та розширення спектру туристських пропозицій в сільській місцевості.

Ключові слова: апітуризм, бджільництво, апітерапія, сільські громади, сільський зелений туризм.

Development of apiturism in Ukraine

Siromakha A., Arion O.*

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, arion.oksana@gmail.com

Annotation. This article is devoted to the analysis of the development of apiturism, which is becoming increasingly popular in Ukraine and around the world. Studies presented in foreign publications have shown that considering apiturism as a new form of green, ecological tourism, in many countries and regions it is hoped for as one that develops on the basis of sustainable development of society and promotes local traditions of beekeeping, rural development, the formation of a separate area of rural tourism. From the point of view of the already formed eco-tourism industry in the world, the idea of apiturism embodies all the best that can offer the traveler the countryside: acquaintance with the community and their culture, study of their traditions, communication with professionals who are passionate about their craft. At the beekeepers' farms they offer to collect fresh honey, create beekeeping products (decorative candles, honey drinks, sweets and desserts, bee pollen and cosmetics) or just admire the hives in the natural landscape. Among other things, the article defines the etymology of the definitions of "apiturism" and the related field of folk medicine - "apitherapy". The current situation regarding the development of apiturism in the regions of Ukraine is considered, in particular, the presence of apitherapeutic practices, which is undoubtedly a special feature of domestic apiturism. Ukraine is rich in the resources of apiturism, has a long tradition of beekeeping and a significant number of professionals in this field; is one of the largest producers and importers of honey in Europe. SWOT-analysis of apitourism activity showed that development in Ukraine is promising and will contribute to the development of regions through the support of domestic beekeeping, the formation of financial stability of rural communities and expanding the range of tourist offers in rural areas.

Keywords: apitourism, apiculture, apitherapy, rural communities, rural tourism.

Вступ. Апітуризм (від лат. apis «бджола») як нова форма екологічного, «зеленого» та сільського туризму поступово набуває все більшої популярності як в світі, так і в Україні.

Це вид туризму, пов'язаний з бджільництвом як традиційною професією та з продуктами бджільництва в екологічному, харчовому та лікарському аспектах. Діяльність, пов'язана з ним, включає відвідування пасік, музеїв під відкритим небом та музеїв бджіл, де туристи мають можливість спостерігати за роботою бджоляра, способом виготовлення меду, його властивостями та специфікою, дізнатися про інші продукти бджільництва, спостерігати за тим, як живе бджолина сім'я, розпізнавати екологічну кореляцію між людиною та бджолами. Як вид туризму, що безпосередньо стосується культури та традицій сільських громад, апітуризм можна розглядати як один із найбільш стійких шляхів їх розвитку та нішевий туризм (Woś, 2014).

Останні роки зростає кількість наукових публікацій присвячених апітуризму. І хоч загальна їх кількість не дуже велика, але географія їх представлена досить широко: Болгарія (Grigorova, 2016), Словенія (Šivic, 2013; Arih I.K., 2015; Ambrožič, 2018; Tišler, 2020; Šuligoj, 2021), Польща (Woś, 2014), Індонезія (Gandhy, 2019), Чілі (Pantoja, 2017). І практично в кожній з них підкреслюється: дослідження бджільництва, як прикладу взаємодії природного та культурного середовища – це можливість здійснити унікальну подорож, спрямовану на знайомство з культурною спадщиною та природною красою країни.

В цілому в Європі є можливість спостерігати передові практики апітуризму. І особливе місце серед них займає Словенія, що підтверджується значним переважанням в загальному масиві публікацій саме словенських науковців. Це пояснюється насамперед тим, що мед займає вагоме місце в словенській культурі. Словенія стала однією з перших країн в Європі, де заборонено використання шкідливих для бджіл пестицидів, насамперед з метою захисту місцевого виду карніольської бджоли. Словенський мед має статус захищеної географічної назви (Senkiv M., Naba M., Shevchuk A., 2020). А головною особливістю словенського апітуризму є сертифікація національних постачальників послуг апітуризму. Сертифікат про досконалість, який отримують бджолярі (пасічники) свідчить про “впровадження” апітуризму на практиці. Його розвиток має потужну підтримку агентства розвитку SPIRIT-Словенія, Словенської туристичної ради, а також Міністерства сільського господарства та навколишнього середовища країни, Міністерства закордонних справ. Видатна роль Словенії в розвитку цього сектора туризму ще більше підтверджується через її глобальну роль координатора з питань туризму в межах Міжнародної федерації асоціацій бджолярів. Цікавим є і досвід Словенії щодо співпраці приватного та державного секторів задля створення особливого турпродукту під брендом ApiRoutes як поєднання «зелених» напрямків відпочинку, бджільництва та подорожей (Tišler, 2020; Arih, 2015).

Згадані публікації вирізняються різним ступенем глибини опрацювання теми апітуризму. Особливо виокремлюються дослідження науковців з Католицького університету Сантьяго-де-Чілі (Pontificia Universidad Católica de Chile Santiago, Chile). За допомогою географічних інформаційних систем (GIS) були визначені та опрацьовані фактори, що визначають придатність тих чи інших територій для апітуризму в Чілі. Результатом стала карта придатності до апітуризму, яка включає такі чинники як рослинність, опади, температуру, річки, наявність генетично модифікованих культур в місцевому господарстві, стан доріг та розвиток туризму, а також три обмеження: використання ґрунтів, шосе та природоохоронні території, що охороняються державою. Модель дозволила локалізувати пріоритетні місця для розвитку ресурсів та зусиль, щодо розвитку апітуризму (Pantoja, 2017).

Проблематика апітуризму мало представлена серед публікацій українських науковців. Ті ж що є, аналізують переважно закордонний досвід (наприклад, Senkiv M., Naba M., Shevchuk A., 2020). Натомість багато публікацій та електронних ресурсів присвячено апітерапії – як традиційному методу народної медицини (Tikhonov, A.I., Yarnykh, T.G., Chernykh, V.P., Zupanets,

I.A., Tikhovova, S.A., 1998, Bondarchuk, L.I., Kozhura, I.M., Maksyutina, N.P., 2002, Tykhonov, O.I., 2015) або проблемам вітчизняного ринку меду, наприклад (Dukhnytskyi V.V., Dukhnytskyi V.B., 2020).

В той же час і в Україні бджільництво починають розглядати не тільки як старовинний вид ремесла, але і основу для сучасного та актуального напряму туризму.

Отже, *об'єктом* дослідження, представленого в даній статті, є апітуризм; *предметом* - характеристики, які визначають його як традиційний напрям туристичної діяльності та шлях сталого розвитку туризму сільських регіонів.

Метою - аналіз розвитку апітуризму в Україні. *Завданнями статті є*, зокрема, визначення актуальних тенденцій та особливих рис вітчизняної апітуристичної діяльності; сильних і слабких сторін, можливостей і загроз щодо апітуризму в Україні; його вплив на розвиток туристичної та екологічної діяльності сільських громад.

Матеріали і методи досліджень. Дослідження базується на вивченні тематичних публікацій у відкритих інформаційних джерелах та інформаційних ресурсів з питань бджільництва на основі використання методів теоретичного узагальнення, аналізу та синтезу; застосуванні методу SWOT-аналізу для визначення чинників що впливають на прийняття рішень щодо апітуризму, визначення можливостей та перспектив його розвитку в Україні.

Результати та їх аналіз. В Україні бджільництво цінують здавна через важливу роль бджіл як запилювачів рослин, і через головний продукт бджільництва – мед та різноманітні медові продукти, які можуть мати користь для фізичного здоров'я. Бджільництво завжди було вагомим складовою традиційної культури України й самобутності сільських громад і до цього часу відіграє важливу роль в житті українців та їхньому побуті, про що свідчить і досить поширена в регіонах традиція називати православне свято Спаса (14 серпня) не тільки Маковієм, а ще й Медовим Спасом. Функціонують різноманітні об'єднання та спілки пасічників, регулярно проводяться виставки-ярмарки, конференції тощо (Nashi bdzholy. Informatsiynyyu prostir pasichnykiv Ukrayiny, 2021). Активну наукову і просвітницьку діяльність здійснює Національний науковий центр Інститут бджільництва ім. П. І. Прокоповича Національної академії аграрних наук України. Бджільництво є одним з професійних напрямів, підготовка за яким відбувається в Національному університеті біоресурсів і природокористування України. Там же функціонує «Голосіївська навчально-дослідна пасіка».

Розвиток бджолиного туризму має не тільки професійну базу, а й суттєвий ресурсний потенціал в нашій країні. Свідомством цього є той факт, що Україна вже певний період є найбільшим експортером меду до країн ЄС та у США, а кількість крупних компаній що займаються експортом меду перевищує 12 (Statystyka..., 2015; Khto vyrobliiae i kudy eksportuiut ..., 2017; Ukraina v 2020 rotsi..., 2020; Honey market presentation..., 2020).

За інформацією прес-служби віце-прем'єра з питань євроінтеграції, основними виробниками меду є Вінницька, Донецька, Дніпропетровська, Запорізька, Житомирська, Миколаївська, Полтавська і Кіровоградська області, які забезпечують виробництво 70% українського меду. І цю позицію області утримують вже не один рік (Nazvani naikrashchi oblasti..., 2018; Dukhnytskyi V.V., Dukhnytskyi V.B., 2020). Проте, вже кілька років тому почали говорити про перевиробництво меду в Україні і, відповідно, зниження закупівельних цін (V Ukraini – perevyrobnytstvo..., 2019), що в свою чергу змушує пасічників звернути увагу на нові види діяльності.

Отже, актуальність розвитку апітуризму в Україні, як особливого напряму зеленого сільського туризму, визначається тим, що бджільництво може приносити дохід не тільки від продажу меду, але і від потенційного залучення туристів, які цікавляться спокійним відпочинком у сільській місцевості. Апітуризм передбачає проживання в агросадібі біля пасіки, можливість

подивитись процес виробництва меду, воску чи прополісу, в спеціальному костюмі спостерігати за бджолиними сім'ями, взяти участь у виробництві сувенірів з бджолиного воску (наприклад, свічок).

Характерною особливістю українського апітуризму є присутність традиційного для вітчизняного бджільництва компоненту – апітерапії (від лат. *apis* «бджола» і *therapia* «терапія»). Згідно з чинним законодавством України апітерапія визначається як «лікування та профілактика захворювань за допомогою продуктів бджільництва» (Law of Ukraine On Beekeeping, 2000). Принципи апітерапії були вичерпно описані в роботах українських терапевтів Л.І. Бондарчука, І. М. Кожури, О. І. Тихонова та інших.

Аналіз публікацій вище названих авторів та пропозицій, представлених на спеціалізованих сайтах, зокрема ГО "Всеукраїнська асоціація апітерапевтів", дозволяє виділити декілька напрямків розвитку клінічної апітерапії в Україні:

1. Використання продуктів бджільництва, таких як мед, прополіс, пилок, маточне молочко, в якості біологічно-активних добавок до харчових продуктів.
2. Виготовлення на основі продуктів бджільництва лікарських препаратів, відповідно до стандартів офіційної медицини.
3. Використання бджолиної отрути. Наприклад, за методом І. Й. Пилипчука, роботи якого отримали визнання закордоном (*L'vivs'kuu metod...*, 2019).
4. Сон на вулику-лежанці або в апі-будинку – метод який базується на оздоровчому впливі на організм людини мікро-вібрацій бджіл (*Bdzhilkoterapiya abo apiterapiya*, 2021). В цілому, процедура є цілком безпечною та приємною. Повітря в бджолиному будинку насичене біологічно активними та корисними речовинами: прополісом, пилом, частками меду і воску, має особливий аромат, що допомагає рекреантам позбутися втоми, стресу та покращити загальний емоційний стан.

В той же час, використання альтернативних методів лікування вимагає доволі раціонального та скептичного ставлення. Варто враховувати, що за інформацією Міністерства охорони здоров'я України (*Apiterapija: Chu likujut'...*, 2021), методи лікування бджолиною отрутою недостатньо вивчені або не мають доведеної високої ефективності на організм людини, отже не рекомендовані до використання медичними установами. Отже, при використанні продуктів бджільництва варто бути впевненим щодо відсутності алергічних реакцій на них та усвідомлювати потенційні ризики та наслідки для здоров'я.

Апітерапія практикується в багатьох країнах Європи. Свідченням того є досить активна діяльність апітерапевтичних спілок в Німеччині, Угорщині, Румунії. Наукові дослідження щодо позитивного впливу продуктів бджільництва здійснюються в Словаччині, Польщі ін. (*Komosinska-Vassev K., Olczyk P., Kaźmierczak J., Mencner L. And Olczyk K.*, 2015). Натомість, впровадження елементів апітерапії в комплексі агротуристичних послуг більш активно просувається саме в Україні. Не порушуючи традицій бджільництва, професійні бджолярі пропонують туристам завітати на пасіку та поглянути на процес бджільництва під іншим кутом зору: з одного боку турист має змогу спостерігати за пасічником та бджолами, здійснити дегустацію місцевого меду; з іншого – долучитися до давньої форми народної медицини, яка передбачає профілактику захворювань за допомогою бджіл і включає медичне використання продукції бджільництва (прополісу, пилку, маточного молочка), медовий масаж або відпочинок на спеціально обладнаних для цього вуликах (останнє пропонують тільки в Україні).

Розвитку апітуризму в Україні сприяє наявність відповідних атракцій. Так, функціонують Національний музей бджільництва України (м. Київ), регіональний музей-виставка бджільництва Карпатського краю (м. Стрий, Львівська область), Музей історії бджільництва Середньої

Наддніпрянщини (м. Переяслав, Київська область), Музей бджільництва Волині (с. Баїв, Волинська область). В Закарпатті відкрито дегустаційний зал меду в місті Мукачево та створено медовий туристичний маршрут Ужгород – Мукачево – Хуст – Вучкове, де можна скуштувати різні види меду, вивчити користь продуктів бджільництва. Сон на бджолиних вуликах впроваджують на Буковині. Зокрема, в селі Михайлівка (Чернівецька область, Глибоцький район) відкрито апітерапевтичний оздоровчий комплекс «Мівіра», де рекреантам пропонують відпочити та дізнатись історію цього краю, а на пасіках чи в спеціалізованих магазинах - придбати продукти бджільництва.

В різних областях України вже функціонують туристичні маршрути, пов'язані традиціями українського бджільництва. На особливу увагу заслуговує еколого-туристичний маршрут «Медове коло» в Рівненській області, який орієнтований на вивчення традицій бортництва (лісового бджільництва) та охоплює п'ять визначних пам'яток: «Тунель кохання» в Клевані, Парк караїмів в Деражному, заказник «Базальтові стовпи», ландшафтний парк «Надслучанська Швейцарія». Підвищує зацікавленість туристів у цьому маршруті і те, що бортництво належить до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України (Natsional'nyu pereelik elementiv..., 2021). І звичайно, розвиткові подібної діяльності сприяє не тільки залучення місцевих жителів, а й співпраця щодо розвитку території зі спеціалістами з інших країн.

Прикладом такої співпраці може бути мережа «Карпатських медових стежок», що пішохідними і велосипедними туристичними маршрутами об'єднують Косівський район Івано-Франківщини, с. Колочава (Закарпатська область) та Підкарпатське воєводство Польщі (U Karpatakh oblashtovuyut' medovi marshruty..., 2020). Фінансову підтримку розвиткові даних маршрутів надає Програма транскордонного співробітництва ЄС «Польща – Білорусь – Україна 2014-2020» у рамках проекту «Карпатська бджола – спільні заходи зі збереження унікальної природної спадщини в українсько-польському прикордонні».

Враховуючи наявність ресурсної бази, знань щодо традиційних ремесел та бджільництва, популяризація апітуризму у віддалених регіонах допоможе сільським громадам просувати культуру та традиції свого регіону, активізувати створення пасік та бджільницьких ферм, таким чином надаючи нові робочі місця жителям, і розвинути послуги гостинності та залучити нових відвідувачів з різних куточків України. І тут надзвичайно важливою є підтримка апітуристичної діяльності як з боку громадських організацій, так і державних інституцій.

В березні 2017 року, в рамках міжнародної виставки УІТТ 2017, відбулася міжнародна конференція «Апітуризм – новий напрямок розвитку сільських територій України». В конференції брали участь члени ВГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», представники відомих туристичних та апілікувальних комплексів України: «Пчеландія», «Чудодієво» (Житомирська обл.), санаторію «Медобори» (Тернопільська обл.), музею Бортництва (Рівненська обл.), лікарі-апітерапевти та пасічники з усіх куточків України.

Під час семінару «Інструменти побудови моделей формування ланцюгів доданої вартості задля сталого розвитку сільських територій» в рамках Міжнародної агропромислової виставки «Агро-2019» (Instrumenty robudovy..., 2020) було сказано про новий напрям формування агропромислових кластерів - кластерів з розвитку бджільництва. Зокрема, анонсовано створення медового агрокластеру на території Одеської області, що має об'єднати виробників з метою надання їм можливостей використовувати допомогу державних органів влади.

Таким чином, заохочення сільських жителів до створення пасік, відновлення традиційного виробництва, пов'язаного з продуктами бджільництва, а разом з тим і розвиток апітуризму сприятимуть розвиткові сільських територій, дозволять вирішити низку проблем. Зокрема, підтримка і збереження сільських населених пунктів, з давніми традиціями побуту та господарювання, створення робочих місць на пасіках та у сфері надання туристичних послуг в

сільській місцевості; заохочення молодого покоління займатися новими дослідженнями, практикою, маркетинговою діяльністю щодо пасічної справи; залучення до бджолиного туризму лікарів-апітерapeutів, підготовка яких відбувається на базі Київської медичної академії післядипломної освіти, Київського національного медичного університету та Інституту бджільництва.

Для визначення можливостей розвитку апітуристичної діяльності в Україні було використано метод SWOT-аналізу. В цілому, аналіз ключових факторів, що впливають на прийняття рішень щодо розвитку апітуризму, показав, що сильні сторони переважають за слабкі (табл. 1).

Таблиця 1. SWOT-Аналіз сильних та слабких сторін розвитку апітуристичної діяльності [укладено за результатами власного дослідження авторів]

Фактори	Сильні сторони	Слабкі сторони
Фінансові	невиснажливе використання ресурсної бази апітуризму та апітерапії; ефективне використання бджіл на запиленні; отримання прибутку від різних видів діяльності, пов'язаних з бджільництвом	створення фінансових умов для проведення дослідницьких заходів; співпраця бджолярів та фермерів
Організаційні	наявність медоносних районів України; сприятливий для бджільництва клімат та склад фітоценозів	сезонність та залежність від погоди; залежність від екологічного стану території, рослинного та тваринного світу, якості повітря.
Технічні	створення новітніх форм сільського та зеленого (екологічного) туризму	складнощі, пов'язані з освоєнням матеріалів та обладнання
Маркетингові	розвиток сільських територій в Україні та сприяння розвитку агротуристичної діяльності; зацікавленість українських та іноземних туристів	зацікавлення молоді в просуванні бджільництва та апітуризму маркетинговими засобами
Кадрові	залучення професійних та високооплачуваних кадрів; наявність наукових установ та закладів освіти що готують професіоналів з бджільництва; наявність спеціалістів різних напрямків	недостатня зацікавленість молоді в бджільництві (старіння професії); додаткові просвітницькі заходи в бджільництві для підвищення професійності

Зокрема, серед головних сильних сторін розвитку апітуристичної діяльності – це ресурсна забезпеченість, зокрема наявність медоносних регіонів, отримання прибутку, фінансова мотивація місцевих жителів, підтримка традиційного господарювання регіонів України, створення нових форм сільського зеленого туризму, невиснажливе користування ресурсної бази апітуризму та залучення професійних кадрів.

Але це не виключає існування слабких сторін, серед яких значна залежність від пори року та погоди, необхідність створення фінансових умов для розвитку туризму, деякі складнощі пов'язані з освоєнням нових матеріалів та обладнання, важливість заохочення молоді до співпраці з пасічниками, освоєння професії і просування бджолиного туризму за допомогою сучасних маркетингових засобів.

Окремо варто звернути увагу на можливості та фактори загроз щодо розвитку апітуризму в Україні (табл. 2).

Аналіз можливостей і загроз показав, що розвиток апітуризму дозволить створити нові робочі місця, загально позитивно вплинути на розвиток сільської громади та стабільне збільшення надходжень до бюджету, зберегти традиції та культурні цінності, підвищити якість

продукції та загально активізувати розвиток економічних факторів. Але досі виникають невирішені загрози, як проблеми загибелі бджіл через застосування пестицидів, витрати на комунікацію та відсутність належної підтримки апітуризму з боку держави.

Апітуризм цілком може бути включений в стратегії розвитку регіонів України як один з напрямів розвитку та відродження соціально-економічного стану сільської місцевості, що сприятиме ряду позитивних змін для пасічників, асоціацій виробників та для держави.

Таблиця 2. SWOT-Аналіз можливостей і загроз розвитку апітуристичної діяльності [укладено за результатами власного дослідження авторів]

Фактори	Можливості	Загрози
Демографічні	збільшення робочих місць на пасіках, що буде спонукати не покидати сільську місцевість.	загроз не виявлено.
Економічні	збільшення надходжень до бюджету; відкриття інвестиційних проєктів: «Рекреаційний апітерапевтичний центр», агропромисловий чи агроекологічний кластер з бджільництва тощо.	загибель бджіл через застосування пестицидів; витрати на комунікацію та енергоносії
Технологічні	вдосконалення технологій та впровадження інноваційних розробок; підвищення якості продукції.	недостатній розвиток та впровадження нових технологій в сільських умовах.
Соціально-культурні	проведення Свята Меду на регіональному рівні; підтримка традиції бортництва; збереження культурних цінностей та традицій сільських громад.	зміни цінностей та поглядів; негативне відношення з боку сільських жителів.
Політичні	міжнародна діяльність; юридичний супровід і захист бджолярів; представлення інтересів бджільницької галузі в державних структурах.	недостатня підтримка апітуризму з боку держави.

Зокрема:

- апітуризм є сталим видом туризму, який не виснажує ресурси. Його розвиток забезпечує потік нових туристів у віддалені регіони України, сприяє відродженню сільської спільноти, а також створенню додаткових робочих місць та фінансовій мотивації щодо збереження довкілля;

- бджільництво сприяє збереженню української традиції виготовлення меду, а просування продуктів бджільництва позитивно впливає на формування туристичного бренду та іміджу держави;

- традиційні методи ведення господарства привабливі для туристів, вони сприяють відродженню української культури, популяризації продуктів бджільництва;

- апітуризм є екологічно-дружнім бізнесом та інноваційним напрямком туризму, який дає додатковий заробіток та зберігає природне середовище за умови дбайливого ставлення до довкілля.

Висновки. Апітуризм варто розглядати як такий, що цілком відповідає концепції сталого туризму і розвиваючись як форма сільського зеленого туризму в Україні сприяє збереженню місцевих традицій і розвиткові туристської діяльності на селі.

Володіючи багатими ресурсами і давніми традиціями бджільництва, окремі регіони України поступово нарощують відповідну інфраструктуру і розширюють перелік апітуристичних атракцій. Це, насамперед, Рівненська, Івано-Франківська, Закарпатська, Житомирська області.

Можливість отримання нового досвіду, навіть в знайомих вже природних і культурних реаліях, для багатьох стає новою туристською мотивацією і розширює географію подорожей. Продаж туристичних послуг дозволяє раціонально використовувати ресурси пасіки та садиби, адже туристи сплачують не тільки за відвідування пасіки, але і за супутні послуги (харчування, розміщення, сувенірну продукцію та ін.).

Бджільництво підтримує традиції господарювання, а апітуризм, сприяючи просуванню культури пасічної справи України, може стати гарною підтримкою для сільських районів: утворюючи нові робочі місця в сфері туристичних послуг, підтримуючи розвиток місцевої інфраструктури, він формує фінансову стабільність для сільських жителів та власників пасік та сприяє розвитку регіону в цілому.

Розвиток апітуристичної діяльності в цілому створює позитивний імідж території як екологічно чистої, сприяє створенню мотивації щодо збереження довкілля в місцевих жителів і формуванню екологічної свідомості в туристів.

Список використаних джерел

- Ambrožič, B., Koritnik Trepel, D., 2018. Apitourism in Slovenia and 20th May – World Bee Day. Bee World. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/0005772x.2018.1451123>
- Apiterapija: Chy likujut' bdzholyna otruta i son na vulykah, 2021. [Apitherapy: Does bee venom and sleep in hives cure]. Retrieved from <https://moz.gov.ua/article/health/apiterapija-chi-likujut-bdzholina-otruta-i-son-na-vulikah> (in Ukrainian).
- Arih, I.K., Korošec, T.A., 2015. Api-tourism: transforming Slovenia's apicultural traditions into a unique travel experience. WIT Transactions on Ecology and the Environment. Retrieved from <https://doi.org/10.2495/SDP150811>
- Bdzhilkoterapiya abo apiterapiya, 2021. [Bee therapy or apitherapy] Retrieved from: <http://dom.ukrbio.com/ua/articles/4080/> (in Ukrainian).
- Bondarchuk, L.I., Kozhura, I.M., Maksyutina, N.P., 2002. Deiaki problemy teorii i praktyky apiterapii // Apiterapiya: pohlyad u maybutnye: materialy II z"yizdu apiterapiyi [Some problems of the theory and practice of apitherap // Apitherapy: a look into the future: materials of the II Congress of Apitherapy] Н.: Zoloti storinky (in Ukrainian).
- Dukhnytskyi B.V., Dukhnytskyi V.B., 2020. Otsinka roli Ukrainy na svitovomu rynku medu. Ekonomika APK [Assessment of Ukraine's role in the world honey market// Economics of agro-industrial complex] Retrieved from: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202002077> (in Ukrainian).
- Gandhy, A., Chang, M., Rahmi, S., 2019. Service Quality and Customer Satisfaction in the Apiculture-Based Agritourism. Jurnal Organisasi Dan Manajemen. Retrieved from: <https://doi.org/10.33830/jom.v15i2.734.2019>
- Grigороva, Z., Timareva, S., Shopova, I., 2016. Resources for Apitourism in Bulgaria. Journal of Economic Development, Environment and People. Retrieved from: <https://doi.org/10.26458/jedep.v5i2.495>
- Honey market presentation. Autumn 2020, 2021. Retrieved from: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/food-farming-fisheries/animals_and_animal_products/documents/market-presentation-honey_autumn2020_en.pdf
- Instrumenty pobudovy modeley formuvannya lantsyuhiv dodanoyi vartosti zadlya staloho rozvytku sil's'kykh terytoriy, 2020. [Tools for building models of value chain formation for sustainable development of rural areas] Retrieved from: <https://agro.me.gov.ua/ua/news/fermerski-gospodarstva-kooperaciya-ta-klasteriye-najbilsh-perspektivnimi-formami-stvorenniya-lancyugiv-dodanoyi-vartosti-sheremeta> (in Ukrainian).
- Khto vyroblyae i kudy eksportuiut ukrainskyi med (2017) [Who produces and where Ukrainian honey is exported] Retrieved from: <https://shuvar.com/news/1719/khto-vyroblyaye-i-kudy-eksportuyut-ukrayinskyi-med> (in Ukrainian).

- Komosinska-Vassev K., Olczyk P., Kaźmierczak J., Mencner L. and Olczyk K., 2015. Bee Pollen: Chemical Composition and Therapeutic Application. Evid Based Complement Alternat Med. Retrieved from: <https://doi.org/10.1155/2015/297425>
- Law of Ukraine On Beekeeping from February 22 2000, № 1492-III (2000). Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy, № 21, pp.157 (in Ukrainian).
- L'vivs'kyy metod bdzholovzhalyuvannya I.Y. Pylypchuka produblyuvaly nimets'koyu movoyu (2019) [Lviv method of bee stinging I.Y. Pylypchuk was duplicated in German] Retrieved from: <https://dailylviv.com/news/medytsyna/lvivskiy-metod-bdzholovzhalyuvannya-produblyuvaly-nimetskoyu-movoyu-video-75018> (in Ukrainian).
- Natsional'nyy perelik elementiv nematerial'noyi kul'turnoyi spadshchyny Ukrayiny (2021) [National list of elements of intangible cultural heritage of Ukraine] Retrieved from: <http://uccs.org.ua/natsionalnyj-reiestr-objektiv> (in Ukrainian).
- Nashi bdzholy. Informatsiynny prostir pasichnykiv Ukrayiny (2021) [Our bees. Information space of beekeepers of Ukraine] Retrieved from: <https://www.mybee.com.ua> (in Ukrainian).
- Nazvani naikrashchi oblasti z vyrobnytstva medu v Ukraini (2018) [Named the best areas for honey production in Ukraine] Retrieved from: <https://www.slovoidilo.ua/2018/08/19/novyna/ekonomika/nazvani-najkrashhi-oblasti-vyrobnyctva-medu-ukrayini> (in Ukrainian).
- Pantoja, G., Gómez, M., Contreras, C., Grimau, L., Ramírez, J.F., Montenegro, G., 2017. Determination of suitable zones for apitourism using multi-criteria evaluation in geographic information systems: a case study in the O'Higgins Region, Chile. Ciencia e investigación agrarian. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.7764/rcia.v44i2.1712>
- Šivic, F., 2013. Apitourism: A fusion of apiculture and travel in verdant lands. Bee World. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/0005772X.2013.11417547>
- Šuligoj, M., 2021. Origins and development of apitherapy and apitourism. Journal of Apicultural Research. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/00218839.2021.1874178>
- Senkiv, M., Haba, M., Shevchuk, A., 2020. Heohrafiia i suchasnyi stan apituryzmu v Ukraini ta Slovenii. Visnyk Kyyivs'koho natsional'noho universytetu kul'tury i mystetstv. Seriya: Turyzm [Geography and Current State of Apitourism in Ukraine and Slovenia//Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series: Tourism]. Retrieved from: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.2.2020.221276> (in Ukrainian)
- Statystyka - Vyrobnystvo ta eksport medu ta inshykh produktiv bdzhilnytstva. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy, 2015. [Statistics - Production and export of honey and other bee products. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine]. Retrieved from: <https://regulation.gov.ua/market/id549/statistics> (in Ukrainian).
- Tikhonov, A.I., Yarnykh, T.G., Chernykh, V.P., Zupanets, I.A., Tikhovova, S.A., 1998. Teoriya i praktika proizvodstva lekarstvennykh preparatov propolisa [Theory and practice of propolis drug production] H.: Osnova (in Russian).
- Tišler, V., Šuligoj, M., 2020. Apiturizem kot presečišče tradicije, zdravilstva in čebelarjeve trajnostne pridobitne dejavnosti. Geografski vestnik. Retrieved from <https://doi.org/10.3986/gv92204>
- Tykhonov, O.I., 2015. Innovatsiyni pidkhody v apiterapiyi [Innovative approaches in apitherapy] K.2015 (in Ukrainian).
- U Karpatakh oblashtovuyut' medovi marshruty dlya turystiv, 2020. [Honey routes for tourists are arranged in the Carpathian]. Retrieved from: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3060607-u-karpatah-oblastovuyut-medovi-marsruti-dla-turistiv.html> (in Ukrainian).
- Ukraina v 2020 rotsi stala naibilshym eksporterom medu do YeS, 2020. Ukraine became the largest exporter of honey to the EU in 2020] Retrieved from: <https://landlord.ua/news/ukraina-u-2020-rotsi-stala-naibilshym-eksporterom-medu-do-ies/>(in Ukrainian).
- V Ukraini – perevyrobnytstvo medu, 2019 [In Ukraine - overproduction of honey] Retrieved from: <https://agropolit.com/news/14655--v-ukrayini--perevyrobnytstvo-medu--ekspert> (in Ukrainian).
- Woś, B., 2014. Api-tourism in Europe. Journal of Environmental and Tourism Analyses. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/277711666_Api-tourism_in_Europe

Пам'ятки сакральної архітектури Рівненської області та можливості їх використання в туризмі

Козарез Д. М.*, Дмитрук О. Ю.

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна, kozarezd@gmail.com

Надійшла до редакційної колегії: 26.05.2021.

Прийнята: 05.06.2021.

Анотація. В статті досліджено особливості розвитку релігійного туризму в Рівненській області, охарактеризовано географію поширення сакральної архітектури та перспективи використання в туризмі регіону та України загалом. Досліджено

наявність сакральних ресурсів на території Рівненщини, розглянуто основні фактори впливу на формування та розвиток релігійного туризму в регіоні, надано класифікацію та опис основних культурно-історичних пам'яток Рівненської області, пов'язаних з даним видом туризму. Здійснено огляд сакральних рекреаційно-туристських ресурсів регіону. Запропоновано туристичний маршрут по сакральним об'єктам Рівненщини. Надано коротку характеристику головним сакральним пам'яткам регіону, що були включені в туристичний маршрут. Окреслено стан та перспективи використання пам'яток сакральної архітектури для запровадження і формування туристичних маршрутів релігійного та культурно-пізнавального призначення. Дослідження потенціалу сакральної архітектури регіону здійснено для потреб туризму, а також висвітлення можливостей використання сакральної спадщини у туристичному маршруті.

Ключові слова: релігійний туризм, сакральні рекреаційно-туристські ресурси, релігійні центри, сакральні об'єкти, туристичний маршрут, Рівненська область.

Monuments of sacred architecture of Rivne region: possibilities of using in tourism

Kozarez D.*, Dmytruk O.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, kozarezd@gmail.com

Abstract. In the article researched the features of the development of religious tourism in Rivne region, describes the geography of sacred architecture and the prospects for use in tourism in the region and Ukraine in general. The presence of sacral resources on the territory of Rivne region is investigated, the main factors of influence on the formation and development of religious tourism in the region are considered, classification and description of the main cultural and historical monuments of the Rivne region associated with this type of tourism are provided. A review of the sacred recreational and tourist resources of the Rivne region. A tourist route through the sacred sites of the Rivne region is offered. A brief description of the main sacred monuments of the region, which were included in the tourist route. The state and prospects of using monuments of sacred architecture to introduce and form of tourist routes of religious and cultural-cognitive purpose are outlined. The study of the potential of the sacred architecture of the region was carried out for the needs of tourism, as well as highlighting the possibilities of using the sacred heritage in the tourist route. The main material and conclusions of this study can be used to analyze the tourism potential of the region and Ukraine as a whole.

Key words: religious tourism, sacred recreational and tourist resources, religious centers, sacred objects, tourist route, Rivne region.

Вступ. Зі всього різноманіття архітектурних ресурсів, які представлені в Україні, сакральна архітектура є важливою складовою туристичної інфраструктури та культурної спадщини України. Водночас сакральні об'єкти є визначальними на ринку екскурсійних послуг при формуванні туристичного продукту. Саме тому дослідження потенціалу сакральних об'єктів регіону для релігійного туризму є актуальними.

Сакральна архітектура є важливою складовою туристичної інфраструктури, частиною історико-культурних рекреаційних ресурсів, пам'яток архітектури та містобудування. Оскільки саме в об'єктах сакральної архітектури найповніше відображається історія, культура, традиції, народне мистецтво, звичаї, обряди, особливості житлобудування певного регіону. Дослідження можливостей використання пам'яток сакральної архітектури у туризмі є актуальним, адже останнім часом спостерігається зростання інтересу до них як зі сторони вітчизняних, так і зарубіжних туристів.

Питання релігійного туризму вивчається представниками багатьох наук, зокрема, істориками, мистецтвознавцями, теологами та географами. Дослідження сакральної архітектури регіону і України в цілому знайшли своє відображення у наукових працях таких вітчизняних авторів як: О. В. Яроменко, О.О. Любіцева, Ю. В. Тертична, І. Р. Мазур, О. М. Дячок та інші.

Об'єктом дослідження даної роботи є сукупність пам'яток сакральної архітектури Рівненщини як об'єктів екскурсійної діяльності.

Метою статті є здійснення аналізу стану сакральних пам'яток архітектури Рівненщини. Дослідження потенціалу сакральної архітектури регіону для потреб туризму, а також висвітлення можливостей використання сакральної спадщини у туристичному маршруті.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі **завдання**:

- проаналізувати наукові роботи присвячені сакральному та релігійному туризму;
- виявити та охарактеризувати основні пам'ятки сакральної архітектури регіону;
- розробити туристичний маршрут із використанням пам'яток сакральної архітектури;
- окреслити можливості використання сакральних пам'яток в сфері туризму.

Матеріали і методи досліджень. Дослідження ґрунтується на сукупності використання загальнонаукових методів пізнання, а саме: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення і систематизація. Також застосований історичний метод для вивчення виникнення, формування та розвитку сакральної архітектури Рівненщини.

Для розроблення туристичного маршруту «Сакральними стежками Рівненщини» використано такі матеріали: топографічна карта Рівненської області (масштаб 1:100000) та туристична карта Рівненської області (масштаб 1:350000). Для прокладання маршруту використано безкоштовний картографічний веб-сервіс від компанії Google – Google Maps. Інструменти Google Maps дозволяли спростити процедуру локалізації та геотегування ключів маршруту: створення позначок – туристичних вузлів/центрів та розрахунку загальної довжини маршруту.

Результати та їх аналіз. У багатій історико-культурній спадщині України визначне місце належить пам'яткам сакральної архітектури. Архітектурна сакральна спадщина України – одна з найбагатших і оригінальних у Східній Європі. Зокрема Рівненщина, належить до регіонів України з високим рівнем зосередження пам'яток сакральної архітектури, передусім церков, костелів і монастирів.

На території Рівненської області нараховується 109 пам'яток архітектури національного значення, більшість з них – 75 це сакральні споруди. Значна частина сакральних об'єктів знаходиться поблизу історико-архітектурних пам'яток або входять до складу історико-

культурних, архітектурних меморіальних заповідників, що робить їх значно привабливішими для туриста, який подорожує з культурно-пізнавальною метою.

Історично першою визначною сакральною пам'яткою Рівненщини вважають печерний і наземний монастир в с. Кураш, що знаходиться на лівому березі річки Горинь, на території Курашських гір. Його заселення датується XII ст. Пізніше в кінці XV – на початку XVI ст. князі Гольшанські-Дубровицькі вибудували храм в с. Кураш і освятили його в ім'я Преображення Господнього.

Серед сакральних ресурсів, які мають історичне значення, можна виділити історико-культурний центр в с. Пересопниця, де нещодавно було відновлено монастирський комплекс XVI ст. Крім цього, на території с. Пересопниця було написано «Пересопницьке Євангеліє» 1556–1561 рр., що є невід'ємною частиною під час складання присяги президентів України на вірність українському народові. Варто зазначити, що в с. Пересопниця знаходиться дерев'яний храм Св. Миколая, невідомо ким і коли побудований. Його будівництво датується XVII–XVIII ст.. Деякий час храм належав греко-католикам. У дзвіниці зберігається велика кількість греко-католицьких ікон та церковної утварі. (Холодюк, 2016)

До складу Острозького історико-культурного заповідника входять такі сакральні пам'ятки національного значення як Церква Богоявлення Господнього (1521 р.), Костел Успіння Діви Марії (XV–XIX ст.) та Монастир-фортеця Св. Трійці (XV–XVII ст.). В рамках історико-культурного заповідника м. Дубно знаходяться келії монастиря бернардинців (XVII ст.), монастир кармеліток (XVII ст.), Юр'ївська церква (XVIII ст.).

Окрім того в містах Дубно та Острог знаходяться й інші сакральні пам'ятки, як наприклад, Велика синагога та монастир капуцинів в Острозі, церква Богоявлення Господнього, що розташована на замковій горі в комплексі замкового архітектурного ансамблю. Це пам'ятка волинського сакрального будівництва збудована в XVI ст., яка була фактично знищена до 1886 р., але відреставрована вже наприкінці 1980–90 рр.

На території Рівненщини є давні монастирські комплекси, які складають основу розвитку релігійного туризму та паломництва. До прикладу Корецький Свято-Троїцький жіночий монастир (XVII ст.) є серед числа найбільш відомих на теренах Рівненщини, України та найбільш привабливим серед паломників з сусідніх країн. У Свято-Троїцькому храмі знаходяться престоли на честь Святої Трійці, Успіння Пресвятої Богородиці та в ім'я преподобного Йова Почаївського. У Свято-Троїцькому храмі зберігається стародавня ікона Божої Матері – Споручниця грішних (надав її монастиреві 1622 року Ян-Карл Корецький). (Яроменко, 2017).

Також однією із найвизначніших пам'яток релігійного туризму є Свято-Троїцький Дерманський жіночий монастир, який збудований за часів князя К. Острозького в XV ст. й утримувався за кошти родини Острозьких до XVII ст. Сакральний архітектурний комплекс монастиря зберігся майже повністю із XVII сторіччя. На території монастиря розташовано три церкви, існував підземний комплекс монастиря, який наразі недоступний для огляду. (Рошко, 2009)

Однією із найвизначніших пам'яток релігійного туризму є Свято-Миколаївський Городоцький жіночий монастир – пам'ятка архітектури, зі статусом Лаври, знаходиться у селі Городок Рівненського району. На території монастиря знаходиться чотири храми. Головна святиня монастиря, це чудотворний образ Божої Матері «Козельщанська», що переданий в дар монастирю Києво-Печерською Лаврою.

Ще один із монастирських комплексів знаходиться у с. Межиричі Острозького району, Свято-Троїцький Межирицький чоловічий монастир –комплекс архітектурного ансамблю XVI–XVII ст. Початок будівництва був профінансований К. Острозьким: це Троїцька церква на території монастиря в 1523 р. В архітектурі Троїцької церкви простежується поєднання

давньоруської традиції зодчества з пізньоготичними проявами західноєвропейської архітектурної моди. У монастирі зберігається коронована ікона «Богородиця Одигітрія» XV–XVI ст. (Стельмах, 2013)

Поза основними маршрутами релігійного туризму у Рівненській області знаходяться православні сакральні пам'ятки, які популярні серед місцевих жителів. Білівський монастир є перспективним центром релігійного та культурно-пізнавального туризму Рівненської області. Жіночий монастир Різдва Пресвятої Богородиці може стати як популярне місце паломництва та туризму не лише в регіоні, а й на теренах України.

На території Рівненщини є численні дерев'яні православні святині, що були збудовані в період XVII–XIX ст. Такі церкви ми можемо спостерігати в м. Клевань (церква Різдва Христового XVIII ст.), м. Дубно (Свято-Преображенська церква XVII ст.), м. Дубровиця (церква Різдва Пресвятої Богородиці XIX ст.).

Загалом за насиченістю, різноманітністю сакральних ресурсів і перспективами залучення їх до туристичної сфери, міста Рівненської області можна поділити наступним чином:

- з високим потенціалом – м. Дубно, м. Острог, м. Корець;
- із середнім потенціалом – м. Рівне, м. Сарни, м. Здолбунів, м. Костопіль;
- із низьким потенціалом – м. Рокитне, м. Березне, м. Дубровиця, м. Радивилів.

Проведений аналіз сакральних пам'яток Рівненської області засвідчив, що кожний район має потенціал для екскурсійної діяльності. Згідно з проведеними дослідженнями сакрально-туристичного потенціалу регіону, ми визначили райони з найбільшим потенціалом для екскурсійної діяльності та розробили туристсько-екскурсійний маршрут тематичного спрямування.

Тематична екскурсія «Сакральними стежками Рівненщини»

Мета екскурсії: ознайомлення з історією, архітектурною та сакральною спадщиною Рівненщини.

Тип екскурсії: лінійний.

Тривалість: 9 годин.

Протяжність: 225 км.

Маршрут екскурсії: Корець – Дорогобуж – Острог – Межирич – Рівне – Пляшева. Схема нитки маршруту показана на малюнку 1.

Схема розроблена із використанням інструментів картографічного веб- ервісу від компанії Google – Google Maps.

Основні точки маршруту:

- 1) Корецький Свято-Троїцький монастир;
- 2) Церква Успіння Пресвятої Богородиці (А);
- 3) Свято-Воскресенський кафедральний собор (В);
- 4) Свято-Покровський кафедральний собор (С);
- 5) Свято-Троїцький Межирицький Монастир (D);
- 6) Богоявленська церква (Е);
- 7) Георгіївський монастир на Козацьких Могилах (F).

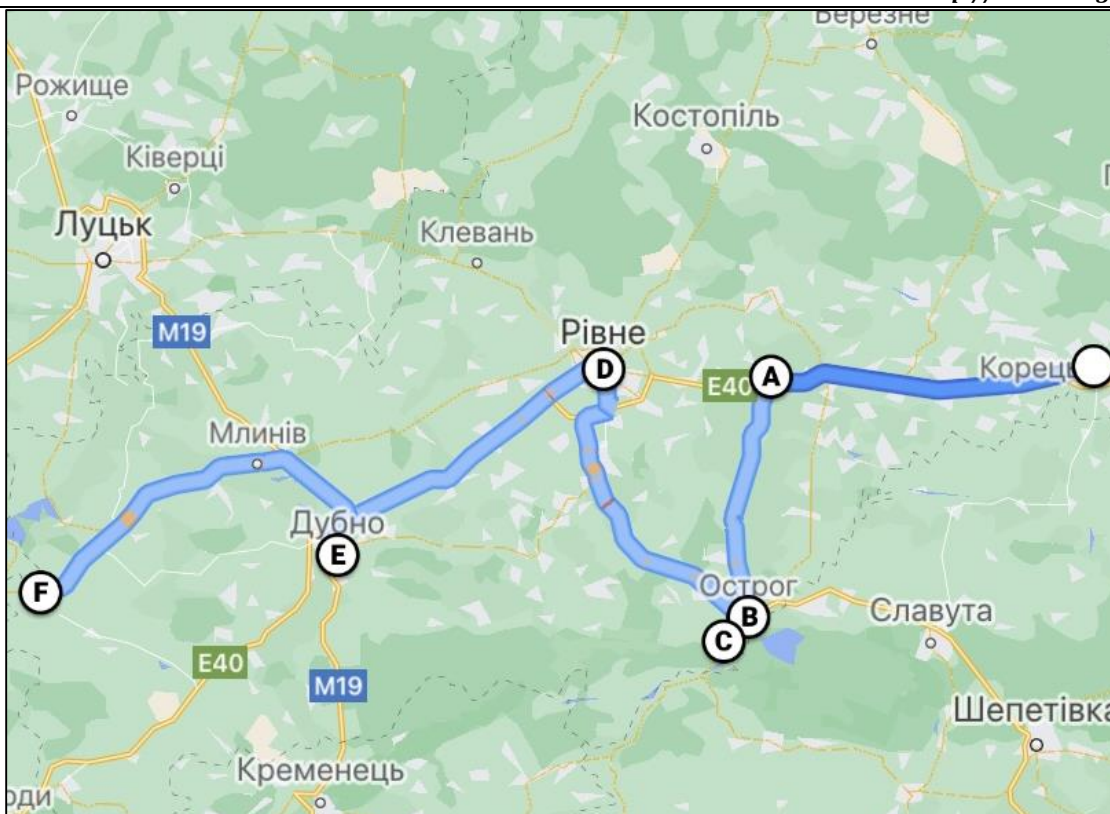







Рис. 1. Картохема маршруту екскурсії
[розроблено авторами із використанням можливостей веб-сервісу Google Maps]

Об’єкти та описи показу по маршруту екскурсії зведено в таблицю 1. Маршрут прокладений територією Рівненського та Дубенського районів, охоплює такі населені пункти як Корець, Дорогобуж, Рівне, Межиріч, Острог, Пляшева. З огляду на рекреаційну привабливість, даний маршрут є одним із найцінніших. Центральним населеним пунктом тут є м. Рівне, яке має добре автомобільне транспортне сполучення з усіма районними центрами Рівненської області та великими містами сусідніх областей, зокрема обласними центрами м. Луцьк та Тернопіль. До столиці України та інших великих міст можна прибути залізничним транспортом.

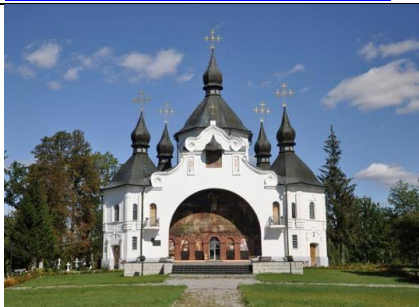
Таблиця 1. Характеристика основних об’єктів показу маршруту [Розроблено авторами за даними Рожко В.,2009, Стельмах В, 2013, Ярошенко О., 2017]

Об’єкт показу	Загальна характеристика	Зображення
Корецький Свято-Троїцький монастир	Троїцький монастир-фортеця, що розташований в центральній частині міста Корець. Архітектура монастирського комплексу відображає характерні особливості українського мистецтва XVII-XVIII ст.. У Свято-Троїцькому храмі зберігається стародавня ікона Божої Матері – Споручниця грішних.	 Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Корецький_монастир

Продовження таблиці 1. Характеристика основних об'єктів показу маршруту

Об'єкт показу	Загальна характеристика	Зображення
<p>Свято-Успенська церква</p>	<p>Дорогобузька Свято-Успенська церква є пам'яткою архітектури XVI ст. державного значення, що є унікальним витвором української архітектури XI-XII ст. Збудована з каменю, обгороджена квадратною невисокою цегляною огорожею. Церква вважається найдавнішою збереженою спорудою Рівненщини.</p>	 <p>Джерело: https://rivne.travel/locations/cerkva-uspinna-presvatoi-bogorodici</p>
<p>Свято-Воскресенський кафедральний собор</p>	<p>Православний храм у центрі міста Рівного. Православна дерев'яна Свято-Воскресенська церква в Рівному була побудована в 1731 році. Новий храм вирішили побудувати на місці дерев'яної церкви Воскресіння Христового, яка згоріла за часів татаро-монгольської навали. Воскресенський собор – хрестовокупольний, чотиристовпний, триапсидний з позакомарним покриттям.</p>	 <p>Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Свято-Воскресенський_кафедральний_собор_(Рівне)</p>
<p>Свято-Покровський кафедральний собор</p>	<p>Покровський собор - один з найбільших та найвищих храмів України. Собор побудовано в 1990 році в українському стилі. Його довжина 51 м, ширина 42 м, висота - 55 м. Великий купол, який символізує Ісуса Христа, та 12 менших, які символізують апостолів.</p>	 <p>Джерело: https://uk.wikipedia.org/wiki/Покровський_собор_(Рівне)</p>
<p>Свято-Троїцький Межирицький Монастир</p>	<p>Архітектурний ансамбль монастирських будівель XVI-XVII століть у Межиричі Острозького району Рівненської області. Найвеличніша зі збережених фундацій князів Острозьких. Монастирський двір оточений мурами з чотирма наріжними баштами. Монастир знаходиться на відстані 3км від центра міста Острог Рівненської області.</p>	 <p>Джерело: https://anga.ua/articles/tsikava_ukraina/mezhirich.html</p>

Продовження таблиці 1. Характеристика основних об'єктів показу маршруту

Об'єкт показу	Загальна характеристика	Зображення
Богоявленська церква	Церква Богоявлення Господнього – архітектурна домінанта Острозького замку, головна сімейна церква князів Острозьких. Пам'ятка волинського сакрального будівництва 16 століття. Храм на Замковій горі споруджений в середині XV ст. Входить в історико-культурний комплекс в Острозі.	 Джерело: https://anga.ua/articles/tsikava_ukraina/ostroh-misto-istoriia.html
Свято-Георгіївський монастир на Козацьких Могилах	У 1910-1914 роках в пам'ять про полеглих козаків була побудована церква-меморіал св. Георгія Переможця. Унікальність храму полягає в тому, що в ньому є три престоли, які розташовані один над одним. В нижньому ярусі будівлі церкви розміщений саркофаг із кістками козаків. Свято-Михайлівський храм з підземним ходом та західний монастирський мур з двома брамами – є пам'ятками архітектури національного значення.	 Джерело: https://mapio.net/pic/p-102482650/

Важливим є й те, що сакральні архітектурні пам'ятки Рівненської області розміщені досить рівномірно, тому всі туристичні об'єкти маршруту розташовані на відносно недалекої відстані один від одного і мають сполучення з його центром. Туристичний маршрут може бути використаний як для туристів із релігійно-паломницькою метою, так і для культурно-пізнавального відпочинку екскурсійного спрямування.

В таблиці 2 подано технологічна карта маршруту, що включає інформацію про перелік об'єктів маршруту, тривалість періоду огляду атракції та додаткову інформацію по екскурсії «Сакральними стежками Рівненщини». Технологічна карта сформована авторами на основі відкритих даних про об'єкти показу за існуючою методикою розробки екскурсій.

Таблиця 2. Технологічна карта екскурсії [розроблено авторами]

Ділянка (етапи) переміщення за маршрутом	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки з організації
вулиця Київська, 56, м. Корець	Корецький Свято-Троїцький монастир	60 хв.	Вступ. Вітання, представлення та знайомство із екскурсійною групою. Короткий опис екскурсії.	Зустріти групу і розташувати її на півколом до об'єкта, показати зовнішній вигляд, розказати з чого зроблений. Час на фото.
вулиця Зелена, 19, Дорогобуж	Свято-Успенська церква	20 хв.	Історія про церкву, архітектурний стиль, особливості, цікаві факти.	Екскурсантів розташувати навпроти об'єкта показу разом із екскурсоводом. Здійснюють обхід навколо об'єкта.

Продовження таблиці 2. Технологічна карта екскурсії

Ділянка (етапи) переміщення за маршрутом	Об'єкти показу	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Вказівки з організації
вул. Соборна, 39, м. Рівне	Свято-Воскресенський кафедральний собор	20 хв.	Коротка розповідь про місто, його історію заснування та заснування собору, його унікальність.	Розташувати навпроти собору. Здійснити обхід навколо об'єкта. Надається час для фотографування.
вул. Соборна, 6, м. Рівне	Свято-Покровський кафедральний собор	20 хв.	Розповідь про основні засади створення собору, архітектурний стиль, цікаві факти.	Перехід та розміщення ліворуч від сходів, щоб не заважати іншим. Після ознайомлення із об'єктом, екскурсанти зможуть зробити фотографії.
с. Межиріч	Свято-Троїцький Межирицький Монастир	45 хв.	Розповідь про історичні факти з якими пов'язують створення монастиря. Відвідування	Екскурсанти розміщуються обличчям до об'єкту. Слідкувати за тим, щоб учасники екскурсії не відставали від екскурсовода.
вул. Академічна, 5, м. Острог	Богоявленська церква	60 хв.	Розповідь про історію заснування церкви, особливості архітектурного стилю. Відвідування історико-культурного заповідника.	Екскурсанти разом із екскурсоводом розміщуються перед центральним входом в заповідник. Час на фото.
вул. Козацької слави, 26, с. Пляшева	Георгіївський монастир на Козацьких Могилах	60 хв.	Розповідь про історію заснування монастиря та відвідування історико-меморіального заповідника «Поле Берестецької битви».	Розташувати навпроти об'єкта для огляду. Слідкувати за екскурсантами, щоб не відлучались від екскурсовода. Час на фото.

Висновки. Однією із найважливіших та найбільш поширених складових історико-культурних рекреаційних ресурсів Рівненщини є пам'ятки сакральної архітектури. Вони є чи не основою культурної спадщини області. У регіоні наявні усі можливості для функціонування туристичних маршрутів сакрального характеру, передусім, з релігійно-духовними мотивами, а також з пізнавальною метою, задля реалізації культурно-освітніх і рекреаційних потреб. Найбільші перспективи для розвитку сакрально-туристичної мережі спрямовані на монастирські комплекси, окремі святині з високою атрактивністю та історичні поселення регіону, що приурочені до певних подій на релігійну тематику.

Проте використання історико-культурних ресурсів Рівненщини, в тому числі сакральних об'єктів, є недостатнім у порівнянні з іншими архітектурними та історичними місцями цієї території. Це пов'язано, в першу чергу, з відсутністю їх чіткого обліку, належного рівня промоції, незадовільним станом розвитку супутньої інфраструктури, поганою збереженістю пам'яток, обумовленою відсутністю фінансування, а також недостатнім залученням сакральних пам'яток до туристсько-рекреаційної сфери.

Розроблений туристичний маршрут «Сакральними стежками Рівненщини» сконцентрований в південній частині Рівненської області, оскільки саме там знаходиться

найбільша кількість об'єктів для релігійного та культурно-пізнавального туризму. Особливої уваги приділено монастирям, де майже повністю зберігся архітектурний комплекс того часу і який завжди доступний для огляду. Розроблений маршрут має практичну цінність і може бути рекомендований до розгляду туристсько-екскурсійними підприємствами регіону для впровадження на ринок.

Список використаних джерел

- Holodiuk N. Pravoslavni monastyri Rivnenskoï, Ternopilskoï ta Volynskoï oblastei yak obiekty palomnytstva ta relihiinoho turyzmu / N. Holodiuk // *Relihiia ta sotsium*. - 2016. - № 3-4. - S. 228-233. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/relsoc_2016_3-4_32. (in Ukrainian)
- Rozhko V. Pravoslavni sviatyni istorychnoi Volyni / V. Rozhko. – Lutsk : VAT «Volynska oblasna drukarnia», 2009. – 558 s. Retrieved from: <http://www.biblioteka.volyn.ua/catalog/novi-knyhy/1349/> (in Ukrainian)
- Stelmakh V. Pryrodni ta istoryko-kulturni rekreatsiini obiekty Rivnenshchyny / V. Stelmakh // *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia heorafichna : zb. nauk. pr.* / Lviv. nats. un-t im. Ivana Franka. - Lviv, 2013. - Vyp. 43, ch. 1. - S. 92-98. Retrieved from: [http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/visn/43\(1\)](http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/visn/43(1)) (in Ukrainian)
- Yaromenko O. V. Perspektyvy rozvytku sakralnogo turyzmu u Rivnenskkii oblasti / O. V. Yaromenko, T. M. Shevchuk // *Psykhologo-pedahohichni osnovy humanizatsii navchalno-vykhovnoho protsesu v shkoli ta VNZ*. - 2017. - Vyp. 2. - S. 214-219. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppog_2017_2_32. (in Ukrainian)

Роль брендингу міста у просуванні міського туризму Кам'янець-Подільського

Уліганець С.І.*, Боль Д.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, uliganetz@ukr.net

Надішла до редакційної колегії: 05.05.2021.

Прийнята: 20.05.2021.

Анотація. У статті розглядається вплив наявності територіального бренду та брендування на розвиток та популяризацію міського туризму Кам'янець-Подільського. Також у публікації аналізується актуальний стан бренду міста та

рівень його впізнаваності міськими жителями, а також потенційними туристами. Також відображено пошуки основних шляхів формування ефективного бренду міста, який буде працювати головним інструментом популяризації міського туризму та створення позитивного туристичного іміджу міста.

Ключові слова: міський (урбан) туризм, імідж міста, бренд міста, територіальний брендинг, ребрендинг

Branding of the city in the promotion of urban tourism in Kamianets-Podilskyi

Uliganets S. *, Bol D.

Abstract. The article considers the impact of the territorial brand presence and branding on the development and promotion of urban tourism in Kamianets-Podilskyi. The publication also analyzes the current state of the city's brand and the level of its recognition by city residents, as well as potential tourists. It also reflects the search for the main ways to form an effective brand of the city, which will work as the main tool for promoting urban tourism and creating a positive tourist image of the city.

Keywords: urban tourism, city image, city brand, territorial branding, rebranding

Постановка проблеми. Туризм з кожним днем займає все більше місця в сучасному суспільному та економічному просторі, при цьому стає однією із ключових галузей, що забезпечують розвиток міст. Вплив розвитку міського туризму пов'язаний з позитивними ефектами збільшення обсягів туристичних потоків як вхідних так і вихідних, що в свою чергу стимулює темпи росту туристичного прибутку.

На сучасному етапі, міський туризм потребує мобільності у питаннях позиціонування, просування та популяризації на ринку. Україна має дуже багатий туристичний потенціал, саме тому чимало міст опинилися в умовах жорсткої туристичної конкуренції. Міста посилено підхоплюють світову тенденцію, створення певного позитивного образу, який демонструватиме їх як перспективні центри туризму. В свою чергу це стимулює активне впровадження заходів зі створення та закріплення на ринку виразного бренду, що забезпечить привабливість для потенційних туристів та інвесторів. На нашу думку, такий шлях стане ефективним для популяризації та просування міського туризму Кам'янець-Подільського, що через важкі соціально-економічні умови та карантин почав втрачати свої лідерські позиції на ринку.

Одним із перспективних видів туризму, які зараз активно просуваються та складають основу розвитку туристичної галузі певної території – міський (урбан) туризм.

Пояснюється – це тим, що даний вид туристичної діяльності має практично необмежений туристичний потенціал, оскільки включає в себе взаємодію матеріальної бази території та наявних туристичних ресурсів, що сприяє постійним капіталовкладенням з боку місцевої влади й інвесторів. У перспективі, цей вид туризму повинен забезпечити стабільний розвиток території, бо задовільнення усіх туристичних потреб потенційних відпочивальників тягне за собою супутні ефекти економічного та соціального зростання.

Чимало українських міст, які володіють туристичним потенціалом, намагаються налагодити розвиток міського туризму таким чином, щоб приваблювати якомога більше туристів. Саме тому вони поступово починають впровадження взаємопов'язаних маркетингових заходів, що включають в себе два етапи: позиціонування та просування. В ході пошуку ефективних інструментів, міста перетворюються на комплексні туристичні продукти, а сукупність їх рекреаційних та туристичних ресурсів формують бренд території й відповідно імідж міста на туристичному ринку країни.

Актуальність теми дослідження. Продукція усіх відомих торгівельних марок має свій бренд, за яким його одразу впізнають. Набагато менш розповсюдженим є бренди певних територіальних одиниць.

Однак, чимало європейських міст вже давно оцінили важливість створення бренду міста та почали популяризувати професію бренд менеджера. Саме тому, дослідження впливу брендингу міст на розвиток міського туризму, варто розглядати у розрізі збільшення перспектив його успішного просування та закріплення на ринку.

Кам'янець-Подільський є всеукраїнським туристичним центром, із широким спектром розважальних та рекреаційних послуг, є лідером історико-пізнавального, одним із лідерів активного, фестивального та конференційного туризму в Україні із добре розвиненою інфраструктурою, орієнтованою на широке коло українських та зарубіжних споживачів в усі сезони. Кам'янець має свій бренд, який просуває на ринку. Ми проаналізували його ефективність використовуючи метод опитування та анкетування, де спробували визначити актуальний погляд на якість та впізнаваність наявного бренду міста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перша потреба у брендингу міст виникла на початку 80-х років минулого століття. Під тиском економічної конкуренції та стрімкого розвитку «азіатських тигрів», Європа почала шукати шляхи покращення інтенсивності розвитку свого соціально-економічного потенціалу. Прокладаючи собі дорогу на шляху до ефективного та сталого розвитку, значна увага приділялась міському туризму. Для того аби налагодити стабільні лідерські позиції на світовому економічному ринку, зокрема у туристичній галузі, їм довелося створювати маркетингові стратегії, які б забезпечили життєздатність економіці та зберегли робочі місця.

Перш ніж розглядати роль впливу бренду та брендингу міста на розвиток міського туризму, варто окреслити сутність понять “бренд” та “брендинг”. Найчастіше “бренд (англ. brand)” - прийнято визначати як комплекс понять, що узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію чи особистість. Широко використовується в маркетингу та рекламі, але також є економічним поняттям.

Бренд - комплекс позитивних функціональних і соціо-психологічних характеристик, асоційованих з продуктом чи послугою (Crouch, 2006).

Бренд - це багатовимірний конструктивний елемент, що складається з функціональних, емоційних і матеріальних елементів, які в сукупності створюють унікальний набір асоціацій з місцем у суспільній свідомості (Kavaratzis, 2005).

Брендувати можна будь-які товари, послуги або територіальні одиниці. У туристичній галузі використовують поняття “бренд міста” та “бренд країни”. У контексті даного дослідження, для нас важливо розглядати лише перше поняття.

Аналізуючи роботи західних дослідників С.Анхольта, К.Дінні, Ф.Котлера, У. Оллінса, С. Ворта та інших, питання створення бренду міст, можна загалом розглядати як ціленаправлену діяльність, що заключається у формуванні певного образу або іміджу який має на меті створення додаткової вартості й отримання прибутків від створення бренду.

Питання бренду територій у своїх працях першим підняв С.Анхольт. Його сміливо можна назвати фундатором територіального брендингу. Саме він першим ввів до вжитку поняття «брендинг території», а також розробив комплексний підхід до аналізу поняття «брендинг» і його зв'язок із концепцією конкурентної ідентичності. У своїх дослідженнях він аргументував, що формування територіального брендингу виступає дієвою формою протидії кризовим соціально-економічним явищам та виступає необхідним інструментом для сталого розвитку міст (Anholt, 2007). В контексті впливу на міський туризм територіальний брендинг можна розглядати як необхідну умову, яка дає довгострокові перспективи і дає шанс на конкуренцію із потужнішими за рекреаційним потенціалом містами. У першу чергу – це пов'язано із тим, що одним із ключових інструментів брендингу виступає реклама. У ході активного розвитку міст та містечок росли і розвивалися всі їхні соціально-економічні сфери. Сфера туризму - не виняток. Це поступово призвело до зростання конкуренції між містами та боротьби за увагу туриста. Інноваційним інструментом, який допоміг продавати міський туризм, як продукт став брендинг, що сформував імідж міста. Дослідженнями цієї тематики займалися багато зарубіжних вчених Д. Александро, Т. Амблер, Б. Барнс, Б. Берман, Дж. Д. Веркман, М. Томсон.

Не менш важливими здобутками стали наукові пошуки в напрямку теоретичних та практичних аспектів брендингу міст. Зокрема доробок Ф. Котлера, який представляв території (міста, регіони та країни) – товарами, що визначають напрямки їх розвитку (Kotler, 2005), а також дослідження А.П. Панкрухіна, який розкрив теорію і практику застосування маркетингових інструментів для управління розвитком регіонів. І. В. Арженовський розглядав маркетинг території як передову ідею, філософію, що повинна орієнтуватись на потреби цільових груп споживачів (Arzhevs'kij, 2012). Проблеми туристичного брендингу як складової маркетингу досліджував А.А. Мазаракі, який визначив інструменти бренд-менеджменту для просування туристичних продуктів; С.В. Мельниченко визначила теоретичні аспекти брендингу у туристичному бізнесі; В.В. Козирев подав брендинг як основу планування розвитку території.

Ми пропонуємо детально розглянути таблицю 1 у якій представлено бачення «територіального брендингу» та «бренду міста» різними авторами.

С. Зенкер та Е. Браун розглядають «бренд міста» як систему асоціацій у свідомості “споживачів” міста, які базуються на візуальних, вербальних і ментальних проявах. Бренд міста формується через постановку цілей, налагодження комунікацій і пропаганду цінностей, що в нашому випадку будуть стосуватись сприянню розвитку міського туризму у Кам'янці-Подільському.

Формування брендів населених пунктів може відбуватися у процесі тривалого історичного процесу, а також внаслідок активної позиції муніципальної влади та/або територіальної громади. В останньому випадку йдеться про стратегію брендингу (ребрендингу), цілями якої можуть бути: максимальна відповідність поселення інтересам цільових аудиторій (мешканців, туристів, інвесторів та підприємців); підвищення лояльності до населеного пункту з боку центральних органів влади; зміцнення конкурентоспроможності міста, селища, села у конкурентній боротьбі з іншими населеними пунктами; зменшення еміграції та залучення потенційних жителів; зростання

привабливості зосереджених у поселенні ресурсів; підвищення конкурентоспроможності продукції, що виготовляється у даному населеному пункті; залучення інвестицій; розвиток туризму та залучення туристів; розвиток локальної ідентичності, підвищення місцевого патріотизму (Kotler, 2005).

Таблиця 1. Визначення понять «територіальний брендинг» та «бренд міста» [упорядковано авторами за різними джерелами]

Автор	Визначення
<i>С. Анхольт</i>	Брендинг території – це стратегічне просування міста або міського району з метою сприяння його розвитку (Anhol't, 2007).
<i>В.Г. Кулеш</i>	Брендинг міста — стратегія підвищення конкурентоспроможності міст, областей, регіонів, географічних зон і держав з метою завоювання зовнішніх ринків, залучення інвесторів, туристів, нових мешканців і кваліфікованих мігрантів (Kuljesh, 2012).
<i>Dinnie K.</i>	Бренд міста розглядається як враження, яке справляє місто на цільову аудиторію, сума всіх матеріальних і символічних елементів, які роблять місто унікальним (Dinnie K, 2009).
<i>Т. Нагорняк</i>	Брендинг території – це цілеспрямований процес формування, презентації і просування будь-якої території на світовому ринку як його конкурентноздатної і ліквідної одиниці (Nagornjak, 2011).
<i>О.Біловодська Н. Гайдабрус</i>	Бренд міста – це цілісний комплекс ознак, які містять неповторні оригінальні характеристики міста та образні уявлення, сприйняття, що дозволяють ідентифікувати це місто серед інших в очах цільових груп (Bilovods'ka, Hajdabrus, 2012).
<i>Д. Візгалов</i>	Бренд міста як міську ідентичність, системно виражену в яскравих і привабливих ідеях, символах, цінностях, образах (Vizgalov, 2011).

Тобто можна говорити про те, що формування якісного, а головне працюючого бренду міста повинно гарантувати впізнаваність туристичної дестинації на ринку, а це, у свою чергу, має стимулювати збільшення кількості туристів та запустити механізм позитивних супутніх соціально-економічних впливів на туристичну сферу в цілому або на її окремі види.

У даній статті ми розглянемо роль брендингу як потужного інструменту, що повинен сприяти розвитку міського туризму у Кам'янці-Подільському.

Виклад основного матеріалу. У Кам'янці-Подільському – туризм вже багато років - одна із найприбутковіших галузей економіки. Його розвиток є пріоритетним напрямком для міста, що пропонує широкий спектр туристичних та розважальних послуг.

Концепція бренду міста Кам'янець-Подільський була затверджена у 2010 році. Створення бренду передбачає наявність слогана. В нашому випадку це - «Кам'янець - місто скарбів» з активізуючою фразою «Знайди свій скарб у Кам'янці».

За загальноприйнятими цінностями, скарбами вважаються люди, природа, архітектурні пам'ятки. А знайдені в Кам'янці скарби дали привід у подальшому формуванні бренду презентувати місто як:

- «Місто 7-ми епох» (окремо тлумачаться епохи міста, в тому числі часи Трипілля та УНР);
- «Місто 7-ми культур» (відомо, що Кам'янець - споконвіку багатонаціональне місто);
- «Місто 7-ми чудес»;
- «Місто фестивалів» (за рік у Кам'янці проходить безліч фестивалів);
- «Місто Терпсихори» (наші танцювальні колективи давно підкорили не лише Україну, а й світ);
- «Місто, в якому мріють ангели»;
- «Місто Магдебурзьких традицій».

Міський туризм поєднав в собі усі ці компоненти, через використання наявного туристичного потенціалу, реалізуючи традиційний відпочинок та участь туристів у заходах

видовищного та масового характеру. Його яскравою ознакою є те, що він включає в себе подорожі, що є нетривалими (в середньому 3–5 днів); мають чітко виражені просторові рамки (територія міста).

У Кам'янці-Подільському він реалізовується як короткотривале відвідування міста з наступних причин:

- 1) інтерес до історії та культури;
- 2) участь у подієвих заходах;
- 3) відвідування екскурсій.

Міський туризм сприяє розвитку усієї туристичній галузі в Кам'янці-Подільському завдяки наступним факторам:

1. Зацікавлення молоді (неординарні свята);
2. Розвиток і поширення культурних традицій Поділля;
3. Освітнє значення;
4. Інформаційне значення (поширення позитивного іміджу міста);
5. Презентація подільської культури для іноземних туристів;
6. Розвиток малого бізнесу;
7. Залучення інвестицій з боку українського бізнесу і іноземних компаній;
8. Кооперація органів державної влади з суб'єктами туристичної діяльності.

Головною підтримкою розвитку та становлення міського туризму Кам'янця-Подільського є ініціатива з боку місцевої влади. За стратегічним баченням якої Кам'янець-Подільський є гостинним, старовинним та водночас молодим і сучасним містом, комфортним для життя та дозвілля. Це місто із туристично-рекреаційним потенціалом, сприятливою інвестиційною політикою, привабливою для ведення бізнесу. Місто, де міська влада та громада відкриті до співпраці. Бренд міста в даному випадку виступає одним із найпотужніших інструментів закріплення даного асоціативного ряду у потенційних туристів, тобто основною його роллю у розвитку міського туризму виступає створення елементів візуальної ідентифікації міста, яка в свою чергу повинна позитивно вплинути на збільшення рівня зацікавленості серед постійних і нових відвідувачів.

Туристичний бізнес є особливо залежним від внутрішніх факторів, політичних змін, природних явищ. На нашу думку, міський туризм – це саме той вид туристичної діяльності, який забезпечить стабільну базу розвитку сфери відпочинку та стане основою збільшення зовнішніх і внутрішніх туристичних потоків, а також створить позитивний імідж для Кам'янця.

У більшості словників поняття «імідж» розшифровується, як сукупність переконань, уявлень і вражень людей щодо конкретної території; формується і закріплюється в масовій свідомості, набуваючи характеру стереотипу.

Імідж є фактором впливу на споживачів туристичних послуг. На ефективність іміджу впливають такі чинники (Kotler, 2005):

- відповідність дійсності;
- правдоподібність;
- простота;
- привабливість;
- оригінальність.

Міський туризм виступає простим, багатогранним, оригінальним та привабливим видом туристичної діяльності, що може бути основою позитивного іміджу території. Взаємозалежність впливу бренду на розвиток певного виду туризму та супутніх ефектів від його реалізації на імідж міста пов'язані із тим, що вони орієнтовані на одні і ті ж цілі, а саме:

- формування привабливого іміджу Кам'янця-Подільського;
- пропаганда культури, особливостей історії, національного менталітету міста, через міський туризм, як основний вид туристичної діяльності;
- створення та закріплення у свідомості споживачів образу міста Кам'янця-Подільського та підтримання запланованого обсягу продажів через реалізацію міського туризму;
- збільшення прибутків внаслідок поширення відомостей про унікальні якості туристичних товарів чи послуг, що впроваджуються за допомогою привабливого образу, місця їхнього виготовлення чи надання.

Брендинг часто використовує окремі інструменти або їхню сукупність для формування особливого іміджу міського туризму. Найпопулярнішими для впізнаваності цього міста можна вважати наступні (Kotler, 2005):

- гасла, теми та позиціонування;
- візуальні символи;
- події та діяльність.

В рамках нашого дослідження за допомогою методу анкетування було проведено оцінку іміджу міста Кам'янець-Подільський, а також рівня впізнаваності бренду. Нами проведено опитування із використанням ресурсу Google, зокрема, інструменту Google Forms, що в умовах карантину дозволило отримати актуальні данні як від місцевих жителів так і від потенційних туристів. За результатами опитування в заповненні анкети взяли участь респонденти із м. Кам'янець-Подільського, м. Києва, м. Хмельницького, м. Чернівці, м. Білгород-Дністровський та м. Нетішин.

В анкетуванні взяли участь люди віком від 17 до 55 років. Більшість відповідей було отримана від місцевих жителів (61,4%), завдяки чому ми можемо вподальшому побачити їхню оцінку якості бренду, його позиціонування на туристичному ринку, а також його конкурентоспроможність по відношенню до інших.

Щодо отримання анкет від жителів інших міст, варто зазначити, що 31,8% респондентів раніше уже відвідували Кам'янець-Подільський, а лише 6,8% опитаних ніколи не відвідували місто, але хотіли би там побувати.

Ключовим елементом оцінки впізнаваності бренду міста ми обрали логотип, який активно використовується для просування Кам'янця на туристичному ринку. Перш за все потрібно було з'ясувати скільки відсотків опитаних знають про те, що місто має офіційно затверджений логотип. Більшість респондентів, а саме 56,8% відповіли позитивно.

Далі ми прикріпили в опитування зображення логотипу і попросили у респондентів оцінити його. Більшість із них (59,1%) відповіли, що схематичне зображення Кам'янця на логотипі їм подобається. Решту 40,9% опитаних залишили коментарі в яких пояснили, чому діючий логотип їм не подобається. Серед аргументів були представлені наступні:

- НЕ актуальний дизайн, дуже прості образи, відсутність об'єму та кольорів, використання не підходящого шрифту;
- НЕ серйозний підхід до головного логотипу міста, більшість респондентів назвали його дитячим та спотвореним;
- НЕ відображає історію та старовинність міста;
- НЕ правильно розставлені акценти, зокрема багато уваги на себе забирає назва міста у логотипі, за її відсутності, туристу буде складно ідентифікувати місто;
- НЕ трендовий логотип, як для молодіжної столиці.

Ще однією метою нашого опитування було отримати у респондентів актуальні образи, які асоціюються у них із Кам'янцем-Подільським. Також попросили обрати найкращий із діючих

слоганів, який використовують для просування міського туризму Кам'янця-Подільського на туристичному ринку країни. Результати опитування продемонстровані на наступних рисунках 1 та 2.

Виходячи із результатів проведеного опитування можна побачити, що враження про актуальний брендинг міста Кам'янець-Подільський у респондентів доволі неоднозначні. Не зважаючи на те, що більшості опитаних подобається діючий логотип міста, до нього є багато питань, які в першу чергу стосуються актуальності дизайну. Частина респондентів звернула увагу на його застарілість, примітивність, а також надмірну простоту.

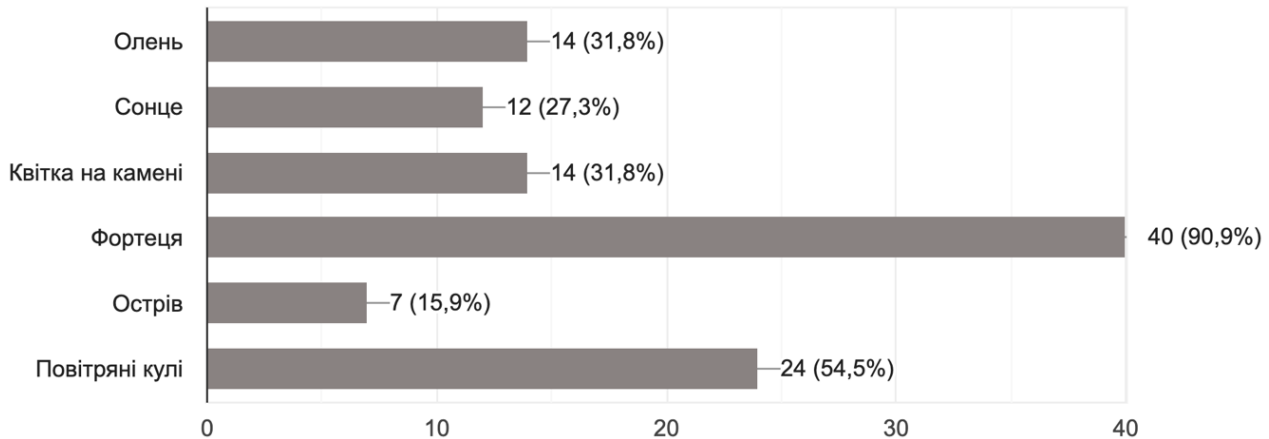


Рис 1. Результати оцінки головних символів Кам'янця-Подільського [за результатами власного дослідження]

Враховуючи те, що місто затвердило брендинг ще в 2010 році, тренди дизайну пішли вже далеко вперед, тому варто було б переглянути їх та задуматись про ребрендинг. Оскільки 40,9% невдоволених – це також актуальні цільові групи, які можна залучити до відвідування міста, а отже до збільшення попиту на міський туризм.

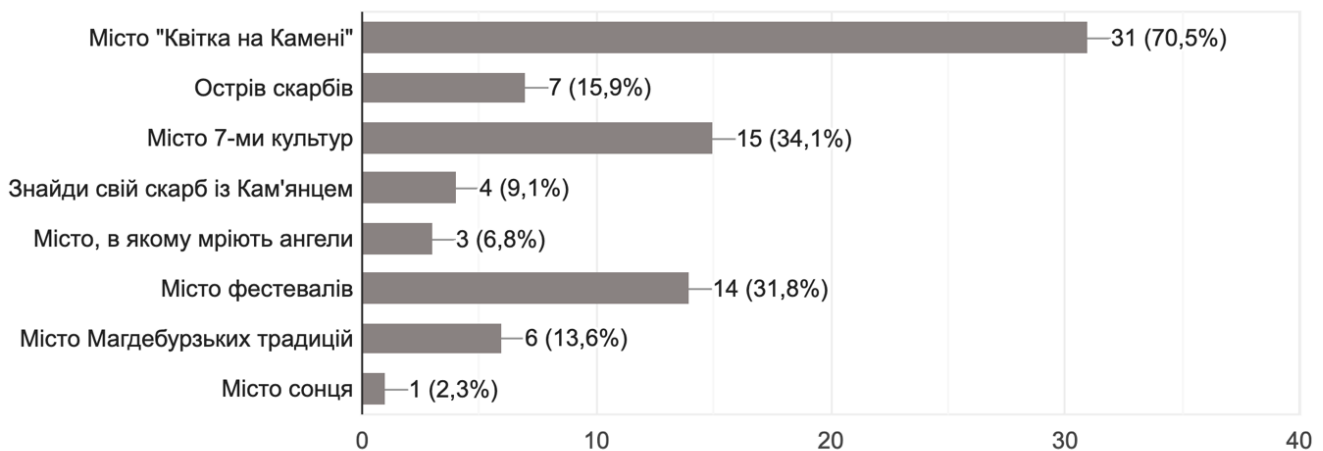


Рис 2. Результати оцінки ключових слоганів Кам'янця-Подільського [за результатами власного дослідження]

Варто зазначити, що обрані респондентами образи, які вони вважають головними образами міста дуже типові, деякою мірою надто прості та деякою мірою консервативні з точки зору актуальних тенденцій маркетингу та реклами.

На даному етапі стратегічного просування бренду міста, місцева влада робить ставку на фестивалі та події, що являють собою невід'ємну складову міського туризму. Альтернативні види туризму з кожним роком набувають все більшої популярності серед відпочивальників. Туристи надають перевагу унікальності, різноплановості, шукають нових і яскравих емоцій. У даному контексті міський туризм займає свою особливу нішу серед поціновувачів культурного відпочинку.

Міський туризм розвивається в Кам'янці-Подільському із метою збільшення туристичних потоків певних вікових, соціальних груп та рівнів доходів. Найважливішим інструментом впливу для цього виступає просування бренду та створення позитивного іміджу міста на туристичному ринку. Не менш важливою тенденцією у розвитку міського туризму є постійне збільшення фінансування потреб цього виду туризму, що пропорційно зростає із збільшенням популярності та впізнаваності бренду місту.

Для збільшення позитивного іміджу Кам'янця-Подільського у 2016 році міська влада затвердила програму «Популяризації туристичного потенціалу міста Кам'янця-Подільського»:

- 1) виготовлення брендваної продукції про туристичний потенціал міста;
- 2) участь у міжнародних виставках;
- 3) міжнародна співпраця.

На жаль, дану програму можна вважати застарілою та малоефективною через те, що вона не охоплює промоцію міста використовуючи популярні медіа платформи такі як: Instagram та Facebook, що за умови використання таргетованої реклами, яка дозволить просувати місто на різну аудиторію, налаштовуюючи її вручну відповідно до потреб та цілей.

Для з'ясування траєкторії розвитку туристичної діяльності в цілому і для з'ясування напрямків міського туризму в Кам'янці-Подільському окрім аналізу існуючого бренду міста і визначення його слабких сторін було проведено SWOT-аналіз іміджу міста Кам'янець-Подільський.

Отже, базуючись на результатах проведеного аналізу бренду міста Кам'янця-Подільського здійснено SWOT-аналіз іміджу міста Кам'янець-Подільський як інструменту для просування міського туризму. Результати SWOT-аналіз іміджу міста представлено в таблиці 2.

Таблиця 2. SWOT-аналіз іміджу міста Кам'янець-Подільський як інструменту для просування міського туризму

Сильні сторони	Слабкі сторони
1) багата історико-культурна та природна спадщина; 2) статус молодіжної столиці; 3) проведення виставок, музичних та мистецьких фестивалів 4) розвинута готельна та ресторанна інфраструктура; 5) підтримка та фінансування брендингу міста владою та громадою; 6) взаємне партнерство Кам'янець-Подільської міської ради та сфери туризму; 7) участь у міжнародних виставках та велика кількість міст-партнерів.	1) концепція бренду міста затверджена в 2010 році; 2) зношеність багатьох інфраструктурних об'єктів; 3) консервативний підхід до просування та промоції міста та міського туризму на ринку; 4) неактуальний дизайн логотипу міста; 5) застаріла програма покращення іміджу міста, що не охоплює просування у соціальних мережах та популярних стрімінгових платформах; 6) зацікленість на простих образах та символах, які використовують для просування міста на ринку; 7) висока конкуренція із іншими туристичними центрами, які надають перевагу більш сучасним стратегіям просування.

Продовження Таблиці 2. SWOT-аналіз іміджу міста Кам'янець-Подільський як інструменту для просування міського туризму

Можливості	Загрози
1) розширення міжнародного партнерства та приваблення іноземних інвестицій; 2) проведення ребрендингу із повним оновленням логотипу та брендбуку; 3) залучення до просування популярних стрімінгових платформ.	1) спалах епідемії COVID-19; 2) брак кваліфікованих кадрів та стратегії ведення бренду міста; 3) скорочення бюджету міста на розвиток туризму через збільшення витрат на медицину; 4) неможливість проведення фестивалів та виставок у зв'язку із карантинном.

Висновки. Отже, для того, щоб міський туризм Кам'янця-Подільського був конкурентно спроможним серед міст туристичних мек, міській владі, інвесторам слід працювати над збільшенням впізнаваності бренду міста, щоб популяризувати його серед туристів. Це матиме позитивний ефект для туристичних потоків, що в свою чергу потягне за собою позитивні економічні ефекти.

Роль бренду міста дуже велика в контексті заохочення до реалізації своїх туристичних потреб через міський туризм. Привернення уваги ЗМІ, реклама у соціальних мережах, розміщення точкової реклами по Україні забезпечить закріплення у топі на ринку внутрішньому ринку, приваблюючи нові інвестиції та проекти, які піднімуть міський туризм на новий рівень, через покращення стану матеріально-технічної бази та інфраструктури.

Не зважаючи на таку взаємозалежність між створенням бренду міста та розвитком міського туризму, Кам'янець-Подільський затвердив концепцію свого просування та логотип у далекому 2010 році, що змушує сумніватись у ефективності роботи бренду. Дане дослідження спрямоване на те, щоб привернути увагу до важливості брендування території або у як у випадку із Кам'янцем сприяти його ребрендингу у відповідності до теперішніх запитів туристів та їхніми уявленнями про міський туризм.

Список використаних джерел

- Arzhenovskiy Y., 2012. *Marketynng regyonov* [Marketing regions]. – М.: JuNYTY-DANA, 2012 (in Russian).
- Dinnie K., 2011. *City Branding: Theory and Cases* / K. Dinnie. – London : Palgrave Macmillan, 2011.
- Kotler F., Asplund K., Rejn Y., Hajder D., 2005. *Marketynng mest. Pryvlechenye ynvestycyj, predprijatyj, zhytelej y turystov v goroda, kommunyy, regyonyy y stranyy Evropyy* [Marketing Places]. – SPb.: Stokgol'mskaja shkola ekonomyky, 2005 (in Russian).
- Vizgalov D.V., 2011. *Brending goroda* [Branding city]. – Institute for Urban Economics, Moscow, Russia, 2011 (in Russian).
- Anhol't S., 2007. *Sozdanye brenda stranyy* / S. Anhol't // *Brend-menedzhment*. 2007. №1. S.36-44 (in Russian).
- Bilovods'ka O.A., Hajdabrus N.V, 2012. *Marketynh i menedzhment innovatsij* [Theoretical and methodological principles of creating brand cities]., vol. 1, pp. 35–43. (in Ukrainian).
- Crouch C., 2006. *Competitive Cities. A New Entrepreneurial Paradigm in Spatial Development* // *OECD Territorial Reviews - 2006*. OECD Publishing, 2006.
- Kavaratzis M., 2005. *City Branding: an Effective Assertion of Identity or a Transitory Marketing Trick?* / M. Kavaratzis, G. Ashworth // *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*. 2005. Vol.96. №5.
- Kuljesh V. G., 2012. *Promyslovyj turyzm jak osnova formuvannja turystychnogo brendu industrial'nogo region* [Industrial tourism as a basis for the formation of the tourist brand of the industrial region].// *Visnyk DITB*. — 2012. — № 16. — S. 109—114. (in Ukraine)

Застосування підприємствами туристично-рекреаційного комплексу інновацій для подолання негативних явищ, спричинених пандемією коронавірусної хвороби COVID-19

Петровський І.І., Мариморич А.В., *Уліганець С.І.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, a.panych@ukr.net

Надішла до редакційної колегії: 05.05.2021.

Прийнята: 20.05.2021.

Анотація. Туристично-рекреаційний комплекс зазнав чи не найбільших збитків через наслідки пандемії COVID-19. Для подолання цих наслідків та відродження туристично-рекреаційної сфери необхідно вжити комплекс заходів, зокрема і

інноваційних, які зможуть забезпечити подальше функціонування цих галузей господарства. Значна частка туристичних підприємств України не змогла вистояти в рамках обмежень, які були встановлені задля запобігання поширення COVID-19, що призвело до закриття багатьох підприємств. Вивчення зарубіжного інноваційного досвіду та його імплементація в український туристично-рекреаційний бізнес може стати важливим важелем подальшого розвитку туризму та рекреації в Україні. В даній статті проаналізовано світові інноваційні продукти, які застосовані підприємствами туристично-рекреаційної галузі в різних країнах світу для подолання негативних явищ спричинених пандемією COVID-19. Більшість з них є достатньо ефективними для розвитку галузі в сучасних умовах.

Ключові слова: туристично-рекреаційний комплекс, інновації, туризм, готелі, наслідки пандемії COVID-19.

Application by enterprises of the tourist and recreational complex of innovations for overcoming the negative phenomena caused by the pandemic of coronavirus disease COVID-19

Petrovskyi I., Marymorych A*, Uliganets S.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, a.panych@ukr.net

Annotation. The tourist and recreational complex suffered almost the greatest losses due to the consequences of the COVID-19 pandemic. To overcome these consequences and revive the tourism and recreation sector, it is necessary to take a set of measures, including innovative ones, that will be able to ensure the further functioning of these sectors of the economy. A significant proportion of Ukrainian tourism companies have not been able to withstand the restrictions imposed to prevent the spread of COVID-19, which has led to the closure of many businesses. The study of innovative foreign experience and its implementation in the Ukrainian tourism and recreation business can be an important lever for further development of tourism and recreation in Ukraine. This article analyzes the world's innovative products used by tourism and recreation companies in different countries to overcome the negative effects caused by the COVID-19 pandemic. Most of them are quite effective for the development of the industry in modern conditions.

Keywords: tourist and recreational complex, innovations, tourism, hotels, effects of the COVID-19 pandemic.

Вступ. З початком пандемії COVID-19 у світі все більше країн почали застосовувати інноваційні технології, щоб забезпечити комфортні умови життя на карантині для багатьох людей, а також стримати поширення вірусу й боротися з ним. Туристична сфера, яка зазнала чи не найбільших збитків, теж зреагувала на зміни в суспільстві і почала впроваджувати інновації, аби «вижити» у боротьбі з вірусом і фінансовою нестабільністю. Вивчення зарубіжного досвіду інноваційної діяльності та впровадження його в український туристично-рекреаційний комплекс може вирішити ряд проблем, які спричинили обмеження під час пандемії. Актуальність дослідження підтверджує і незначна кількість публікацій з цієї теми, так як пандемія COVID-19 з'явилась у нашому житті відносно нещодавно – на початку 2020 р. Об'єктом дослідження є інноваційна діяльність туристично-рекреаційного комплексу. Мета нашого дослідження полягає у здійсненні аналізу інноваційної діяльності підприємств туристично-рекреаційного комплексу для подолання негативних явищ, які спричинила пандемія COVID-19. Завдання полягають у наступному: визначити обмеження, які були встановлені для підприємств туристично-рекреаційного комплексу під час пандемії COVID-19; здійснити аналіз зарубіжного та українського досвіду подолання негативних явищ, спричинених пандемією за допомогою інноваційних технологій; визначити перспективи подальшого розвитку туристично-рекреаційного комплексу.

Матеріали і методи досліджень. Дослідження базується на працях О. Любіцевої, І.Смирнова, Н. Власової, О. Давидової, О. Люльова, Т. Пімоненко, а також даних Міністерства з питань стратегічних галузей промисловості України та Всесвітньої туристичної організації. Використані нами методи відносяться до загальнонаукових, які використовують в теоретичних дослідженнях: аналіз, синтез, дедукція та індукція. А також, описовий метод, супроводжений використанням статистики.

Результати та їх аналіз. З початку 2020 року усі країни Африки, Азії, Тихоокеанського регіону, а також Близького Сходу ввели обмеження на пересування жителів, пов'язані із розповсюдженням COVID-19. У свою чергу, 93% країн ЄС ввели аналогічні обмеження, тоді як в країнах Північної та Південної Америки – 92% (Люльов, 2020; Пімоненко, 2020; Хаба, 2020; Ус, 2020; Гусейнадзе, 2020).

Варто відмітити, що виділяють чотири види обмежень для запобігання широкому розповсюдженню пандемії COVID-19, а саме:

- 1) абсолютне чи часткове закриття кордонів для іноземних туристів;
- 2) можливість доступу лише до певного місця призначення;
- 3) абсолютна чи часткова заборона здійснення польотів;
- 4) введення карантину, дотримання самоізоляції, заборона видачі віз тощо.

У зв'язку із закриттям кордонів та необхідності самоізоляції саме туристична галузь постраждала найбільше від пандемії. У свою чергу Світова туристична організація наголошує на необхідності відновлення туризму – послабленню та поступовому зняттю обмежень на переміщення одразу, як тільки це стане безпечно.

У сучасному світі туристична діяльність базується на високому рівні розвитку транспортної та готельно-ресторанної мереж, соціальної сфери, сфери послуг тощо. Однак обмеження у пересуванні, пов'язані із введенням масштабного карантину, спричинили значні збитки у галузях суміжних туристичній.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристична галузь за перші 10 місяців 2020 року через пандемію COVID-19 і пов'язані з нею обмеження втратила 935 млрд. доларів. Це означає, що світовий туризм повернувся до рівня 1990 року. У період із січня по жовтень 2020 року основні туристичні напрямки відвідало на 900 млн. менше іноземних туристів у порівнянні з тим же періодом 2019 року, коли число міжнародних туристів досягло півтора мільярда. У квітні 2020 року кількість міжнародних прибуттів скоротилась на 97% відповідно до

2019 року. До серпня місяця відбулось певне послаблення карантинних норм і кількість подорожуючих туристів збільшилась (у серпні скорочення міжнародних туристів становило 77%). Проте до кінця 2020 року спостерігалась ще одна хвиля захворюваності на COVID-19, що охопила весь світ. Туристичний потік у грудні знову зменшився і становив -85%. Найбільше туристичних втрат у 2020 році зазнала Азія та країни Океанії, кількість туристів в країнах цього регіону скоротилась на 84% (UNWTO, 2020).

За прогнозами UNWTO, повернення до рівня 2019 року щодо кількості міжнародних прибуттів, ймовірно, займе від 2,5 до чотирьох років. Стає все більш очевидним, що туризм – один з найбільш постраждалих від пандемії COVID-19 секторів економіки. Попри те, що подорожі під час пандемії змінилися та скоротилися до мінімуму, туристичний бізнес в Україні та в багатьох країнах-лідерах туризму шукає вихід зі скрутного становища, будь-які можливості відновитися та запропонувати подорожувальникам інноваційні туристичні продукти (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Інновації в туризмі – це системні заходи, що мають якісну новизну і що приводять до позитивних зрушень, що забезпечують стійке функціонування і розвиток галузі в регіоні (Давидова, 2015).

Інвестиції деяких країн в розвиток інновацій і підтримку інноваційних проектів, які спрямовані на боротьбу з COVID-19, просто вражають. Наприклад, Великобританія виділила на підтримку боротьби з коронавірусом більше \$39 млрд. Також ЄС оголосили терміновий конкурс для інноваційних рішень з протидії спалахам коронавірусу, бюджет якого складає 164 млн. євро.

Туристична галузь як ніколи очікує нових інноваційних рішень та змін. У 2020 році з'явилися тренди, які відкрили можливості для розвитку даного бізнесу. Розглянемо їх детальніше.

Прикладом технологічних інновацій у туризмі є електронні системи бронювання в готелях, електронні системи продажу авіаквитків, створення віртуальних турагентств. Так, готельна група Starwood Hotels & Resorts Worldwide запустила першу мобільну систему в історії готельної індустрії - SPG Keyless задовго до початку пандемії. Ця система дає змогу гостям готелів використовувати свій смартфон як ключ. Нова система не тільки допоможе клієнтам готелю оминати стійку реєстрації і заощадити час на очікування в черзі, а й надасть можливість отримати миттєвий доступ до свого номеру одним натисканням кнопки на своєму смартфоні. Дане нововведення також надасть можливість мінімізувати контакти між людьми.

Офіційний запуск SPG Keyless відбувся ще наприкінці 2014 р. в готелях Starwood під брендами Aloft, Element і W, які є передовими готелями мережі з інноваційним сервісом, передовим дизайном і екологічно-орієнтованими ініціативами. До таких готелів належать: Aloft Harlem, Aloft Cupertino, Aloft Beijing, Aloft Cancun, W New York-Downtown, W Hollywood, W Singapore, W Hong Kong, W Doha і Element Times Square. Така система бронювання стала неабияк популярною під час пандемії коронавірусу та надихнула інші готелі на розробку власних систем (Давидова, 2015).

В закладах розміщення і кафе популярними стали роботи, чат-боти і автоматизація процесів. В мережі готелів Hilton використовують робота-консьєржа Connie, який зустрічає гостей на вході та проводить до номера. Окрім того, в мережі можна використовувати мобільний додаток, який надає гостям доступ до фітнес-центру, поверхів, ліфтів і парковки (Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості, 2020).

В інших готелях роботів використовують для реєстрації туристів або подачі їжі і напоїв відвідувачам. Наприклад в сінгапурському готелі M Social використовують робот Auga, який виконує ці функції. Також багато туристів бронюють свої поїздки і проживання за допомогою

чат-ботів, які можуть обробляти запити і пропонувати допомогу. Такі зміни забезпечують подорожуючих від зайвих контактів з персоналом, а отже і від можливості захворіти вірусом.

«Технологічна гостинність» – так готелі описують взаємодію гостей, персоналу і технологій на території готелю. Технології повинні бути зручними, надавати вибір мандрівникам і забезпечувати від зайвих контактів.

В закладах харчування обов'язковим стало використання електронного меню. Найчастіше ви можете передивитись його за QR-кодом, а в деяких кафе та ресторанах одразу можна зробити електронне замовлення. Зручно це також і тим, що можна бачити вартість свого замовлення одразу. Така інновація у сфері гостинності стала популярною і в Україні.

З віртуальною реальністю в наше життя щільно увійшла і доповнена реальність (AR). Вона поєднує в собі віртуальні елементи з реальним досвідом. Тенденції AR-подорожей включають в себе відвідування музейних експонатів, що легко реалізується за допомогою смартфонів. Тепер можна відвідати будь-яке місце на Землі просто маючи смартфон. Приклад цього – додаток Navitaire, що дозволяє користувачам віртуально вивчати місця для відпочинку та одразу бронювати майбутні подорожі.

Віртуальна реальність може бути використана в системі розваг під час польотів. Такі авіакомпанії, як Iberia, Singapore Airlines і SunExpress, вже успішно протестували ці технології, запропонувавши пасажиром використовувати гарнітуру для перегляду 3D-фільмів або гри в відеоігри на висоті 30 000 футів. Дані технології вигідні для туризму тим, що можуть виступати елементами рекламної діяльності туристичних агенцій.

Активно почали використовуватись і голосові помічники. Такі технології допомагають вирішити проблемні питання без допомоги людей. Достатньо просто озвучити проблему голосовому помічнику і він вкаже, що потрібно зробити або вирішить проблему за вас. Такими є платформи Google Home, Amazon Alexa і HomeHub від Apple.

Наприклад Alexa від Amazon дозволяє спростити проживання для туристів. Голосовий помічник допомагає у таких завданнях як контроль температури або освітлення в приміщенні, пошук місцевого ресторану і пам'яток, дзвінки і навіть в'їзд чи виїзд з готелю.

У світі, окрім коронавірусної кризи, на подорожі впливає і екологічна криза, що сповільнює відродження індустрії туризму. Все більш популярними стають екологічно безпечні подорожі і свідомий туризм. У жовтні 2020 р. швейцарський банк UBS заявив, що кожен п'ятий мандрівник літав менше через зростання екологічних проблем, підтримуючи еко-рух flight-shaming.

Таким чином, деякі авіакомпанії пропонують своїм пасажиром екоквитки, що зменшують кількість викидів CO₂ в атмосферу.

Популярним стає використання супердодатку для подорожей. У 2020 році Booking.com опитав 12 500 мандрівників з приблизно 30 країн і 57% з них відповіли, що хочуть отримати «єдиний додаток для планування і бронювання подорожей».

Такий супердодаток вже існує в країнах Азіатсько-Тихоокеанського регіону, де електронна комерція і додатки для обміну повідомленнями, такі як WeChat, Alipay і Meituan в Китаї, Line в Японії і PayTM в Індії, стали універсальними. З їх допомогою користувачі можуть не лише спілкуватись, а ще й оплачувати авіаквитки та розміщення в готелях, замовляти їжу або купувати речі онлайн (Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості, 2020).

Дезінфекція навколишнього середовища стала важливим елементом нашого життя. Провідні технологічні компанії не залишились осторонь та розробили спеціальні роботи-дезінфектори, які використовуються в різних сферах, зокрема і в готельно-ресторанній. Американська компанія Хепех створила робота, який не лише дезінфікує розчином, а й випромінює ультрафіолетове світло, що вбиває бактерії та віруси. Таким чином, використання

робота пришвидшує процес дезінфекції та дозволяє мінімізувати контакти між людьми, адже робот працює через дистанційне управління.

Індія, Китай та ОАЕ одні з перших почали проводити дезінфекцію за допомогою дронів.

Сфера доставки теж зазнала змін. Компанія Starship Technologies повністю замінила кур'єрів-людей роботами. Загалом компанія заявила, що всі сучасні програми з доставки їжі в кінцевому підсумку придуть до цілковитої роботизації. Зараз роботи-кур'єри від Starship виглядають як маленький білий ящик з шістьма колесами. Кожен робот оснащений декількома камерами, через які співробітники служби контролю спостерігають, куди рухається роботизований кур'єр. Також на пристрої встановлено сигнальні давачі, що спрацьовують при несправності.

Заклади харчування як невід'ємна частина туристичної галузі теж не залишились осторонь і почали використовувати нововведення.

Наприклад в кав'ярні німецького містечка Шверин задля дотримання соціальної дистанції відвідувачами адміністрація вигадала цікавий метод: гостям кафе почали видавати солом'яні капелюхи з прикріпленими до них поролоновими палицями для басейнів. Ще одним німецьким прикладом є мережа Burger King, яка адаптувала свої фірмові картонні корони до сучасних умов і просто добряче збільшила їх у діаметрі. Знову ж для того, аби відвідувачі могли тримати безпечну дистанцію один від одного.

В деяких закладах, щоб обмежити кількість гостей, на порожніх стільцях розмістили м'які іграшки або картонних відвідувачів.

В Швеції також підійшли креативно і відкрили «найбільш соціально-дистанційований ресторан у світі». Бренд безалкогольного вина Oddbird разом з рестораном Garba розмістили декілька затишних столиків у шести точках національного природного заповідника Херінг у Швеції.

Ще один спосіб захистити відвідувачів придумали ресторатори в Амстердамі. Колишні теплиці, де вирощувались овочі й квіти для того ж таки ресторану, вони перетворили на прозорі «кабінки» зі столиками на двох. Таким чином вдалось ізолювати невеликі компанії гостей одна від одної. У Львові таку ідею теж реалізували. Ресторанція «Дуже висока кухня» встановила купольні прозорі оранжереї навколо столиків на даху будівлі на площі Ринок.

Під час найжорсткіших карантинних обмежень більшість закладів могли працювати лише на доставку. Для працівників кухні цей варіант залишався прийнятним, а офіціанти опинялись у дійсно непростому становищі. Українська мережа закладів «Чорноморка» вирішила цю проблему, запустивши унікальний онлайн-ресторан. Їхні офіціанти змогли приймати замовлення й допомагати гостям з вибором за допомогою відеозв'язку. А готові страви можна було забрати самотужки чи оформити доставку додому.

Також цікавими інноваційними розробками є нові види масок, які зможуть захистити від вірусу і таким чином позитивно вплинути на діяльність сфери туризму.

Французька компанія BioSerenity - виробник масок для громадського здоров'я, розробила першу маску, яка вбиває віруси. Дана маска має здатність «блокувати віруси» і складається з чотирьох шарів, один з яких має бактерицидні й антивірусні властивості. Маска одноразова та рекомендована для 4-годинного носіння. Проведені дослідження показали зниження вірусу на 99,9% менш ніж за 5 хвилин. Дослідники вважають, що така маска буде захищати від усіх штамів коронавірусу.

А в Лісабоні Інститут молекулярної медицини імені Жуана Лобо Антунеса, розробив маску MoxAdTech, яка вбиває коронавірус. Маска має інноваційне покриття, яке нейтралізує вірус SARS-CoV-2 під час контакту з матеріалом.

Позитивний ефект досягається завдяки кільком водонепроникним шарам, з яких складається винахід, й особливої інноваційної тканини зі спеціальним покриттям. Цей ефект зберігається навіть якщо маску помити 50 разів.

Дочірня компанія Xiaomi – Huawei – розробила маску Aeri для обличчя, яка здатна захистити від COVID-19. Маска виготовлена з пластику і фільтруючих елементів.

Інститут біологічних досліджень спільно з медичним центром Хадасса, що в Єрусалимі, розробили маску з активним противірусним та антибактеріальним захистом, яка здатна вберегти від COVID-19 на 99,999%.

Українська громадська організація «Гідроенергоекологія Карпат» придумала та запатентувала новий вид багаторазової захисної маски для захисту від Covid-19. Вона виглядає як медичний щиток, але набагато функціональніша, легша та дешевша.

Забір повітря та видих здійснюються з-поза меж маски – біля вух, тому співбесідники при зустрічі не обмінюються повітряними масами. У маску можна ставити змінний фільтр та мити її. Виготовляється вона із харчового пластика.

Окрім технологічних інновацій в туристичному бізнесі з'явилися інноваційні терміни, які пояснюють нововведення в закладах розміщення, запровадженні під час пандемії. Такі інновації дають можливість туристичному бізнесу функціонувати, але в іншому напрямі. До таких новітніх явищ у міжнародному туристичному бізнесі можна віднести «ворк фром хотел (WFH)», «трєвел-шеймінг», «воркейшн», «стейкейшн», «трєвел-бульбашки» тощо (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Нова концепція – WFH (англ. work from hotel), «робота з готелю», яка приваблює бізнес-мандрівників. Деякі готелі змінили свою цільові аудиторію з подорожувальників на ділових людей, які працюють віддалено, тому можуть подорожувати, не чекаючи на відпустку. Наприклад своєю країною або країнами, які відкриті до відвідування. Дистанційний режим роботи дає змогу виконувати свої обов'язки й одночасно лікуватися в санаторії або відпочивати на найкращих курортах. Готельні мережі всього світу розпочали нові програми для реалізації цієї концепції використовуючи переваги вже наявних зручностей. Вони пропонують різні розваги під час обідньої перерви. Наприклад можна піти у СПА або на релаксуючий масаж. А працювати можна з балкону номера з видом на океан. Це дуже зручно, адже замість формального офісу можна орендувати номер у готелі. У свою чергу, в готелях з'явилися нові вимоги до сервісу: стабільний інтернет, доступні розетки, столи, що регулюються за висотою, ергономічні стільці, тихі та комфортні номери.

Прикладами таких готелів є «Marriott Providence Downtown», який сформував пакети Day Use зі знижками 50 % для тих, хто працює віддалено; готель «White» у Брукліні (Нью-Йорк), що надає в оренду номери для роботи щоденно з 8.00 до 18.00 (постояльці можуть розміститися в номері з гарним видом з панорамних вікон або у внутрішньому дворіку; у вартість оренди номеру входять безкоштовні напої та їжа) (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Подорожі під час пандемії стали не тільки радістю та задоволенням, але і почали викликати сором. Точніше в країнах «Заходу» подорожі почали розцінювати як вчинок, за який має бути соромно. Таке явище отримало назву «трєвел-шеймінг». Адже подорожуючи, ти наражаєш своє життя та життя оточуючих на небезпеку, що може призвести до негативних наслідків.

«Воркейшн» (з англ. work – робота, vacation – відпустка) – термін, який з'явився ще у 2012 році та особливої популярності набув саме під час пандемії. По своїй суті це робоча відпустка, а точніше робота під час відпустки (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Поєднання роботи та відпустки передбачає роботу поза офісом, поєднуючи дозвілля з продуктивним часом. Основна ідея поняття «воркейшн» полягає в тому, що можна не брати відпустку, щоб кудись поїхати. Навіть у поїзді можна продовжити працювати віддалено.

Щоб попередити синдром «вигоряння» у свої працівників, роботодавці запровадили таке явище як «воркейшн». Воркшейн допомагає офісним працівникам подорожувати і працювати.

Практику «воркейшн» впроваджено в багатьох фірмах США та Європи, які уважно ставляться до благополуччя працівників і альтернативних способів підвищення їхньої продуктивності праці в довготривалій перспективі. На жаль, в нашій державі важко таке уявити, але в перспективі таке впровадження має бути реалізоване і в Україні, щоб цінний працівник не перегорів на роботі, зміг поїхати разом з родиною до заміського будинку або подорожувати під час канікул дітей.

Стейкейшн (від англ. staycation: stay – перебування, vacation – відпустка) – відпочинок неподалік домівки з рідними, друзями, дітьми і навіть з улюбленими домашніми тваринами. В період пандемії значна частина населення відмовилась від далеких мандрівок, адже це доволі дорого та передбачає безліч контактів з людьми, тому подорожувати в межах свого населеного пункту стало цілим мейнстрімом. Таке явище стало популярним під час фінансової кризи початку 2000-х років, коли в багатьох людей бракувало грошей на коштовні закордонні подорожі. Мета такої відпустки – повний відпочинок від роботи та буденних справ. Можна відпочити в готелі свого міста або відвідати СПА-салон, а після замовити вечерю прямо в номер. Такий відпочинок не потребує збирання великої кількості речей, довгої та далекої дороги, а ще ви точно не спізнитесь на рейс.

Тревел-бульбашки або «повітряні мости» дають змогу мандрувати між двома або декількома країнами без необхідності перебувати на карантині. Такі тревел-коридори продемонстрували значні успіхи в стриманні пандемії COVID-19 та в боротьбі з нею у межах своїх кордонів. Країни, які створили такі повітряні мости прагнуть налагодити пасажиропотоки та відновлюють зв'язки між собою, відкриваючи кордони та дозволяючи подорожуючим вільно переміщуватися без необхідності відбувати карантин після прибуття.

Розповсюдження цього терміна ініціювали три країни Балтії, а саме Естонія, Латвія та Литва, коли вони сформули тристороннє партнерство, що відкрило громадянам цих країн в'їзд на територію держав-членів.

Коли світ дізнався про цю ініціативу, багато країн перейняли їхній досвід або в будь-якому разі серйозно задумалися про можливість формування відповідного блоку із сусідніми країнами. Так, у листопаді 2020 р. Гонконг і Сінгапур оголосили про те, що хочуть створити тревел-пухир, який би дав змогу мандрувати між цими двома містами без карантинного контролю. Проте в межах повітряних мостів мандрівники все ж таки мають проходити тест на коронавірус. Великобританія також підписала угоду зі США про відкриття «тревел-коридору» після різдвяних свят 2021 р. Карибські острови, багато країн Південно-Східної Азії також відкривають подібні коридори. Отже, до кінця 2020 р. уже з'явилися можливості мандрувати та переміщуватися світом, для чого треба чітко відстежувати інформацію по відкритих країнах і тревел-пухирях, щоб правильно скласти маршрут, а також не сидіти в кожній країні 14 діб на обсервації (Смирнов, 2020; Любіцева, 2020).

Висновки. З початком пандемії коронавірусу у світі, з'явилися нові інноваційні продукти, які полегшили життя багатьох людей та навіть зберегли його. Керівники туристичних підприємств використали безліч ідей та нововведень, аби зберегти свій бізнес. Та світ ще довго буде адаптуватись до нових умов, які диктують тенденції розвитку туризму, зокрема.

Багатьом туристичним фірмам доводиться пристосовуватись до них, впроваджуючи інноваційні технології. На жаль, не усі можуть собі це дозволити, тому деякі компанії зазнають колосальних збитків або навіть зникають з ринку туристичних послуг. Майбутнє туризму важко прогнозувати, але мінімізація контактів між людьми стане пріоритетним завданням при організації відпочинку. Більшість подорожуючих скоріше оберуть невеликі заклади розміщення,

де вони зможуть ізольоватись або активний відпочинок на природі. Соціальне дистанціювання та дезінфекція ще довго будуть важливими умовами для роботи закладів харчування та розміщення, що забезпечують функціонування туристичної сфери.

Список використаних джерел

- Vlasova N. Innovatsiina diialnist v turystychnomu biznesi / N. Vlasova, V. Smyrnova, N. Semenenko // *Kultura narodiv Prychornomia*. 2009. №176. S.113-114.
- Davydova O. Osoblyvosti zastosuvannya innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy / O. Davydova // *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Ekonomika*. 2015. №7(172). С.65-69. – Retrieved from https://tourlib.net/statti_ukr/davydova7.htm
- Liulov O. V., Pimonenko T. V., Khaba A. P., Us Ya. O., Huseinadze K. R./ *Upravlinnia biznes-protsesamy v turystychnii haluzi: vplyv pandemii COVID-19* // *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia Ekonomika*. 2020. № 3. S. 239–246. Retrieved from essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81748
- Smyrnov I. Turystychnyi biznes pid chas pandemii COVID-19: svitovi ta ukraïnskyi dosvid / I. Smyrnov, O. Liubitseva // *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv. Seriiia: Turyzm* 3(2) 196-208. – 2020. – Retrieved from <http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/221278/221157>.
- Turyzm: innovatsiini rishennia ta prohnozy // *Ministerstvo z pytan stratehichnykh haluzei promyslovosti Ukrainy*. – 2020. – Retrieved from <https://sfii.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prohnozi>
- UNWTO. COVID-19: Zakhody shchodo pidtrymky podorozhei ta turyzmu. 2020 // Retrieved from unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism

Зміни термічного режиму Полтавської області в умовах зміни клімату

Наказненко А. Г. *, Савченко О. Г.

Комунальний заклад «Шишацький обласний науковий ліцей-інтернат Полтавської обласної ради», смт. Шишаки, Україна, n_alla@ukr.net

Анотація. На Полтавщині, як і в Україні та світі, протягом останніх років спостерігаються суттєві кліматичні зміни, перш за все, проявляються у зміні параметрів термічного режиму території. Уже сьогодні кліматичні зміни несуть негативні наслідки та ризики, які у майбутньому лише загострюватимуться.

Надійшла до редакційної колегії: 25.05.2021.

Прийнята: 01.06.2021.

Це визначає актуальність дослідження, оскільки прогнозування майбутніх кліматичних змін та оцінка ризиків можливі лише за умови детального аналізу багаторічних значень основних метеорологічних показників. У публікації досліджені характерні риси термічного режиму території Полтавської області у сучасний кліматичний період (1991 – 2019) та його особливості відносно нормованого кліматичного періоду (1961 – 1990) на основі аналізу температури повітря по метеостанціях міст Гадяча, Лубен, Полтави, Веселого Подолу, Кобеляк. Описані тенденції зміни термічного режиму території Полтавської області в умовах глобального потепління. Показано, що в регіоні спостерігається суттєве зростання середніх, максимальних та мінімальних температур упродовж сучасного періоду в порівнянні із кліматичною нормою. Проаналізовано міжрічний розподіл аномалій середніх, максимальних та мінімальних температур за рік, а також температур січня та липня за період з 1961 по 2019 роки по відношенню щодо до кліматичної норми, а також, методом ковзного осереднення із кроком п'ять років. Встановлено суттєве зростання температури повітря у зимовий та літній сезони у сучасний кліматичний період. Проаналізовано зміни метеорологічних показників за п'ятирічні періоди та обчислена швидкість зростання температури для досліджуваних метеорологічних станцій.

Ключові слова: температури повітря, зміна клімату, кліматична норма, аномалія температур.

Changes in the thermal regime of Poltava region in the conditions of climate change

Nakaznenko A. *, Savchenko O.

Municipal institution "Shishak's regional scientific boarding lyceum of Poltava Regional Council", Shishaki, Ukraine, n_alla@ukr.net

Annotation. In Poltava region, as well as in Ukraine and the world, in recent years there have been significant climatic changes, which are primarily manifested in changes in the parameters of the thermal regime of the territory. Nowadays climate change has negative consequences and risks that will only worsen in the future. This fact determines the relevance of research, because the forecast of future climate variability and risk evaluation are possible only under conditions of detailed analysis of major meteorological indicators done for a long period of time. The publications deals with the characteristics of the features of temperature regime of Poltava region in the modern climatic period (1991 - 2019) and its features relevant to the normalized climatic period (1961 - 1990) based on the analysis of air temperature of meteorological stations in Gadiach, Lubny, Poltava, Veseliy Podil, Kobeliaky. The tendencies of changes in thermal regime of the territory of Poltava region in the conditions of global warming are described. It is shown that there is a significant increase in average, maximum and minimum temperatures in the region during the modern climatic period compared to the climatic norm. The year-on-year distribution of anomalies of average, maximum and minimum temperatures during the year was analyzed, as well as temperatures in January and in July for the period from 1961 to 2019 in relation to the climatic norm, including the method of sliding averaging with a step of five years. A significant increase of air temperature in the winter and summer seasons during the modern climatic period has been established. The changes in meteorological parameters for five-year periods were analyzed and the rate of temperature rise for the studied meteorological stations is calculated.

Keywords: air temperature, climate change, normal climatic, temperature anomaly.

Вступ. Сьогодні одним із найгостріших є питання глобальних кліматичних змін. До його вирішення прикута увага всього людства. Щороку вразливість людства до кліматичних змін зростає. За даними Всесвітньої метеорологічної організації, останні три роки стали найтеплішими в історії кліматичних спостережень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Із початку ХХ ст. в Україні багато уваги приділяють вивченню питання кліматичних змін. Особливостям змін термічного режиму території України та їх оцінюванню присвячені праці фахівців Українського гідрометеорологічного центру (О. В. Балабух, О. М. Лавриненко, Л. В. Малицька, 2013; В. О. Балабух, Л. В. Малицька, 2017). Зміні показників термічного режиму та оцінці його майбутніх тенденцій, згідно різних сценаріїв змін клімату присвячені праці фахівців Одеського екологічного університету (А. М. Польовий, Л. Ю. Божко, О. О. Дронова, Г. О. Боровська, 2014). Подібні дослідження також проводять також фахівці Українського гідрометеорологічного центру та Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Л. В. Малицька, В. О. Балабух, 2020; С. В. Краковська, Л. В. Паламарчук, І. П. Шедеменко, Г. О. Дюкель, Н. В. Гнатюк, 2008). Численні дослідження присвячені проявам змін клімату, їх наслідкам та заходам з адаптації (О. Шевченко, О. Власюк, І. Ставчук, М. Ваколюк, О. Ілляш, А. Рожкова, 2014; С. П. Іванюта, О. О. Коломієць, О. А. Малиновська, Л. М. Якушенко, 2020).

Значна кількість публікацій, присвячених аналізу проявів зміни клімату на території України, свідчить про високу актуальність та практичну значимість досліджень. Проте, на сьогоднішній день відсутні детальні дослідження інтенсивності проявів зміни клімату на території Полтавської області

Формування мети статті. Метою дослідження є оцінка зміни термічного режиму території Полтавської області у сучасний кліматичний період (1991-2019 рр.), порівняно з кліматичною нормою (1961-1990 рр.).

Матеріали і методи дослідження. Для дослідження термічного режиму території Полтавської області була використана середня за добу температура повітря, а також – середні місячні значення мінімальної та максимальної температури за даними метеорологічних станцій (МС) Гадяч, Лубни, Веселий Поділ, Полтава, Кобеляки за період 1961–2019 рр.

За даними спостережень, нами було обчислено ряд характеристик, зокрема: середні температури повітря за рік і календарні сезони (для кліматичної норми та сучасного періоду) та аномалії середніх річних, сезонних та середніх місячних температур січня і липня. Аномалії середньої, середньої мінімальної та середньої максимальної за рік, сезон та місяць температури повітря визначались як відхилення усереднених за період 1991-2019 рр. значень цих величини від кліматичної норми, за яку взято середній багаторічний період 1961-1990 рр. Для аналізу динаміки середньорічної температури та її відхилення від кліматичної норми був використаний метод ковзних середніх по п'ятирічних періодах із метою виявлення стійких тривалих коливань.

Результати та їх аналіз. *Середня температура.* Аналіз середніх річних температур за період з 1961 по 2019 рр. свідчить, що на досліджуваній території спостерігається зміна термічного режиму зі стійкою тенденцією до зростання температури повітря. На всіх досліджуваних МС аномалії температури є позитивними, починаючи з 1999 року. Виняток становить 2003 рік по метеостанціях Веселий Поділ та Полтава, де була незначна від'ємна аномалія, та метеостанція Кобеляки, де у 2003 році аномалія дорівнювала 0 °С. На рис. 1. показані п'ятирічні ковзні відхилення від кліматичної норми середніх річних температур за період 1961 – 2019 рр.

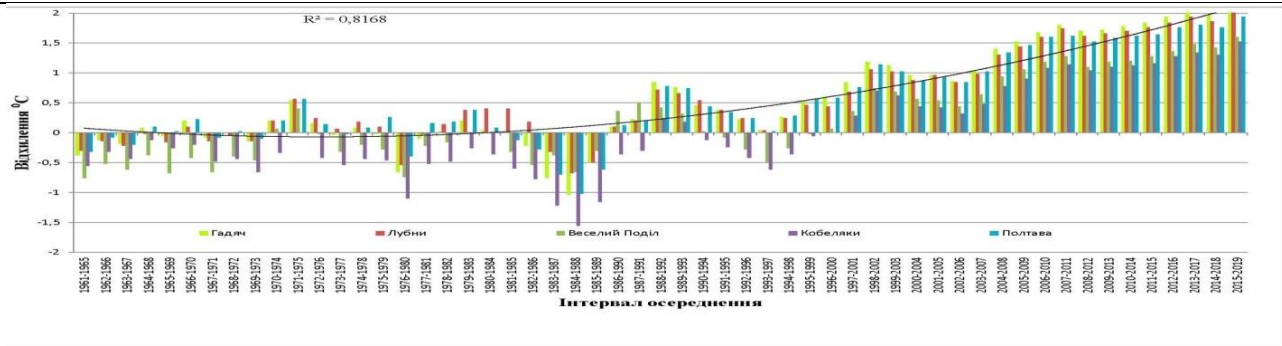


Рис. 1. Динаміка відхилення середніх річних температур від кліматичної норми.

Стійку тенденцію до підвищення температури підтверджує і аналіз температури повітря, усереднений за п'ятирічні періоди (Рис.2). Винятком є період з 1976 по 1980 рр., коли ми спостерігаємо суттєве зниження середньої температури (-1,0 °C) у порівняно з попереднім п'ятирічним періодом.

Така тенденція характерна для всіх МС. Стрімке підвищення середніх температур спостерігаємо на початку ХХІ ст.: швидкість зміни на період із 2001 по 2015 роки становила 0,4 °C /5 років для МС Гадяч, Лубни, Веселий Поділ, Полтава та 0,3 °C /5 років для МС Кобеляки.

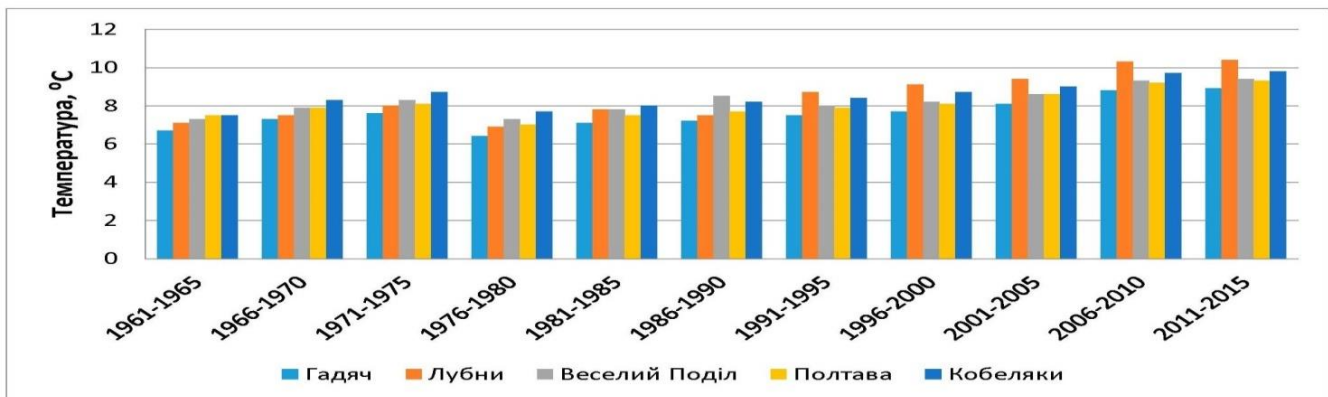


Рис. 2. Динаміка середньорічної температури за п'ятирічні періоди (з 1961 по 2019 роки)

Аномалії середніх температур січня та липня мають також характеризуються стійкою тенденцією до зростання.

Аномалії середньої температури липня є позитивними, починаючи з 1990 року, а найвищі значення припадають на початок ХХІ століття. Зростання аномалій середньої температури січня спостерігається вже з кінця 80-х – початку 90-х років ХХ століття.

Аналіз зміни температури в різні сезони, свідчить, що найбільші зміни на всіх досліджуваних МС відбулися в зимовий та літній періоди (Рис. 3.). Найвищі аномалії (як зимового, так і літнього періодів) спостерігаються по метеостанції м. Гадяч і становлять відповідно +1,6 °C та +1,5 °C.

Слід також зазначити, що для всіх МС найнижчі аномалії характерні для осіннього сезону. Найменша середньорічна аномалія спостерігається у Веселому Подолі 0,9 °C, а найвищі аномалії зафіксовано на станціях, що розташовані на півночі та північному заході Полтавщини - Гадяч та Лубни 1,2 °C.

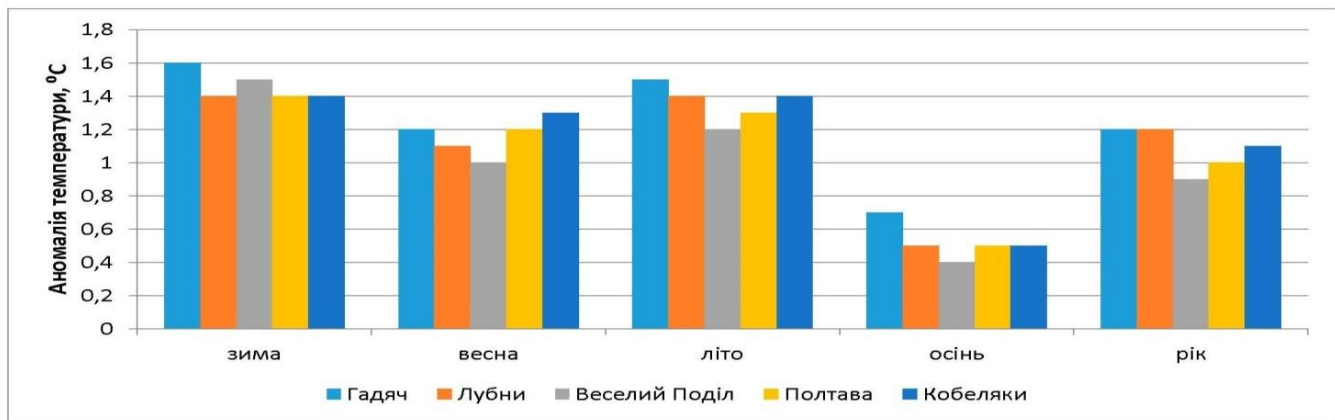


Рис.3. Аномалія середньої температури за сезон та за рік у 1991 – 2019 рр. стосовно кліматичної норми 1961 – 1990 рр.

Позитивні аномалії середньомісячних температур в сучасний період спостерігаються в усі місяці року. Найбільш стрімке підвищення середньомісячних температур характерне для січня – березня та липня – серпня (Рис. 4.). Аномалію понад 2 °С у січні зафіксована Лубнах (+2,8 °С), Веселому Поділі (+2,3 °С), Кобеляках (+2,3 °С). Найвищі липневі аномалії спостерігаються у Гадячі (+1,9 °С) та Лубнах (+2,0 °С). Найнижчі аномалії характерні для листопада – грудня МС Веселий Поділ (+0,2 °С), Полтава (0 та 0,1 °С відповідно), Кобеляки (0,2 та 0,1 °С відповідно). У Полтаві середня температура листопада за 1991–2019 рр. відповідає кліматичній нормі.

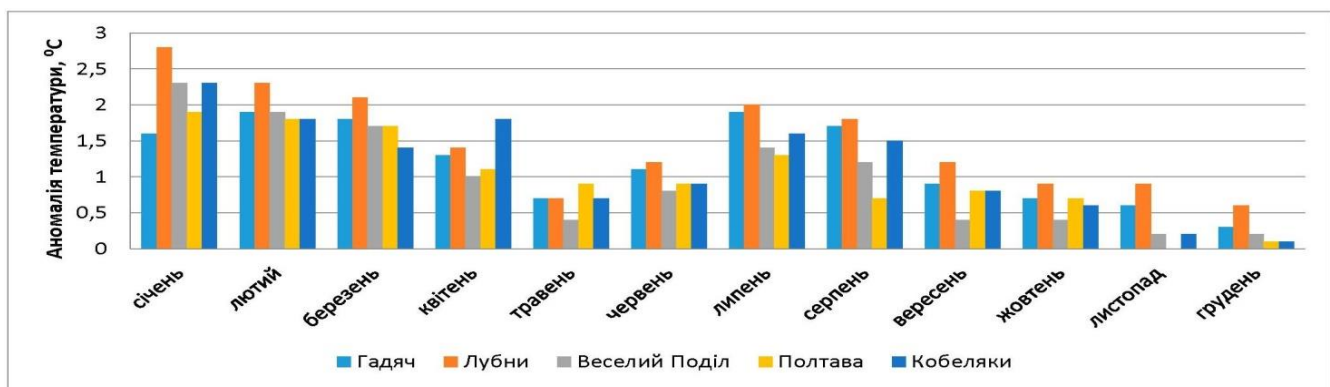


Рис. 4. Аномалія середньої температури за місяць у 1991 – 2019 рр. стосовно кліматичної норми 1961 – 1990 рр.

Мінімальна температура. Зміна значень середніх мінімальних температур повітря характеризується сталою тенденцією до зростання, починаючи з 1999 року для досліджуваних МС, за винятком 2003 року (0 °С для Лубен та -0,3 °С для Кобеляк. Найвищі аномалії середніх мінімальних температур за рік спостерігалися у 2007, 2013, 2015, та 2019 рр. У 2019 р. для МС Гадяч аномалія становила +2,6 °С, на МС Лубни – +2,4 °С, на МС Полтава – +2,4 °С. Найвищі аномалії середніх мінімальних температур січня спостерігалися у період з 1989 по 1995 рр., з 1999 по 2005 рр., та у 2007 р. Аномалії середніх мінімальних температур у липні є позитивними з 1996 року, за винятком 2006 та 2019 рр. Тобто перехід через 0 °С аномалій середніх мінімальних температур у липні відбувся пізніше на 7 років у порівнянні з аномаліями середніх мінімальних температур за рік та за січень. Найвищі аномалії зафіксовано у 2010 році на МС Веселий Поділ, Полтава, Кобеляки вони перевищили +4,0 °С, а для метеостанцій Лубен та Гадяча

+5,0 °С. Варто відмітити, завдяки дуже потужній хвилі тепла, яка спостерігалася наприкінці липня – в серпні в східних, центральних та південних областях України, літо 2010 р. в цих регіонах характеризувалося значними позитивними аномаліями температури. (О. Г. Шевченко, 2012)

Хоча зростання середніх мінімальних температур відбулося в усі сезони, проте варто зазначити, що інтенсивність суттєво відрізняється. Найбільше середні мінімальні температури зросли в січні-лютому (понад +2,0 °С), а найменше – у квітні-травні та листопаді-грудні. Якщо аналізувати зміни за кліматичними сезонами, то найсуттєвіше зростання середніх мінімальних температур спостерігається у зимовий період (у середньому на 1,6 °С), а найменше – восени (0,6 °С).

Аналіз зміни середніх мінімальних температур за п'ятирічні періоди свідчить, що для них характерна така ж тенденція, як і для середніх річних температур. Простежується чітко виражена тенденція до зростання. Зниження спостерігається лише в 1976–1980 рр, коли зафіксована від'ємна аномалія (як відносно до попередньої п'ятирічки, так і відносно кліматичної норми). Найбільш інтенсивно середні мінімальні температури зростали у період з 2001 по 2010 роки. Швидкість зміни температури у цей період становила 0,4-0,5 °С /5 років.

Максимальна температура. Аномалії середніх максимальних температур відзначається є позитивними з 1997 р. Особливо інтенсивне зростання аномалій середніх максимальних температур спостерігається з 2007 року, особливо для МС Гадяч. Суттєве зростання аномалій середніх максимальних температур січня зафіксовано у періоди з 1989 по 1995 та 1999 по 2005 роки. Найвища аномалія (понад 5,0 °С) зафіксована у 2007 р. на всіх досліджуваних МС. Високі аномалії середніх максимальних температур липня відмічаються у періоди з 1999 по 2002 та з 2007 по 2011 рр. Найвищі аномалії зафіксовані у 2010 р., що пов'язано з аномальною хвилею тепла і про яку вже згадувалося вище. Найбільша динаміка у зростанні середніх максимальних температур, як і для середніх мінімальних температур, зафіксована на МС Гадяч та Лубни.

В річному ході найбільше зростання середніх максимальних температур відбулося у весняний (березень) та літній (липень-серпень) кліматичні сезони. Восени середні максимальні температури змінилися не суттєво. Найменше середні максимальні температури зросли у листопаді грудні. Нульові аномалії грудня спостерігаються по МС Гадяч та Лубни, а по МС Веселий Поділ спостерігається незначна від'ємна аномалія (-0,1 °С). У цілому за рік аномалія становила +1,1 °С – по МС Лубни, Веселий Поділ, Кобеляки, +1,3 °С – по МС Полтава, +1,6 °С – по МС Гадяч.

Динаміка середніх максимальних температур повітря за п'ятирічні періоди характеризується стійкою тенденцією до зростання, як і динаміка середніх річних та середніх мінімальних температур. Швидкість зміни на період із 2001 по 2015 роки становить 0,3 °С / 5 років по МС Гадяч, 0,5 °С / 5 років по МС Лубни, Полтава і Кобеляки та 0,6 °С / 5 років по МС Веселий Поділ.

Висновки. Для території Полтавської області у сучасний кліматичний період характерна тенденція до зростання середніх річних, середніх мінімальних та середніх максимальних температур за рік. Збільшення усередненого значення для всіх трьох показників у сучасний кліматичний період (1991-2019 рр.) коливається у межах 0,9 – 1,2 °С відносно до кліматичної норми (1961-1990 рр.). На всіх досліджуваних МС спостерігається тенденція до зростання мінімальної температури у холодний період, а максимальної – у теплий є характерною і для всіх точок спостереження. Стійку тенденцію до підвищення температури підтверджує і аналіз середньої за рік, середніх мінімальних та максимальних температур повітря, усереднений за п'ятирічні періоди. Середня швидкість зміни температури повітря на період із 2001 по 2015 роки становила 0,4 °С /5 років

Список використаних джерел

- Balabuh V. O., Lavrynenko O. M., Malyc'ka L. V. Osoblyvosti termichnogo rezhymu 2013 roku v Ukraini [Features of the thermal regime in 2013 in Ukraine]. *Ukrai'ns'kyj gidrometeorologichnyj zhurnal*. 2014. № 14. S. 79-94.
- Balabuh V. A., Malyc'ka L. V. Ocinjuvannja suchasnyh zmin termichnogo rezhymu Ukrainy [Evaluation of modern changes in the thermal regime of Ukraine]. *Geoinformatyka*. 2017. № 4 (64). S. 34 – 48.
- Ivanjuta S. P., Kolomijec' O. O., Malynovs'ka O. A., Jakushenko L. M. Zmina klimatu: naslidky za zahody z adaptacii': analitychna dopovid' [Climate change: implications for adaptation measures: an analytical report]. Kyi'v: NISD. 2020. 110 s.
- M.Pol'ovyy, L. Ju. Bozhko, O. O. Dronova, G. O. Borovs'ka. Zmina pokaznykiv termichnogo rezhymu povitrya v Ukraini na period do 2030 r [Changes in the thermal regime of the air in Ukraine for the period up to 2030]. *Ukrai'ns'kyj gidrometeorologichnyj zhurnal*. 2014. №14. S. 95 – 104
- Krakovs'ka S.V., Palamarchuk L.V., Shedemenko I.P., Djukel' G.O., Gnatjuk N.V. Veryfikacija danyh svitovogo klimatychnogo centu (CRU) ta regional'noi' modeli klimatu (REMO) shhodo prognozu pryzemnoi' temperatury povitrya za kontrol'nyj period 1961-1990 rr [Verification of the data of the World Climate Center (CRU) and the regional climate model (REMO) on the forecast of surface air temperature for the control period 1961-1990.]. *Nauk. praci UkrNDGMI*. 2008. Vyp. 257. S.42-60
- Malyc'ka L. V., Balabuh V. O.. Jmovirni zminy klimatychnyh umov Ukrainy do seredy ny XXI st [Probable changes in climatic conditions of Ukraine by the middle of the XXI century]. *Gidrologii', gidrohimija i gidroekologija*. 2020. № 1 (56). S. 94 – 100. 7. O. Shevchenko, O. Vlasjuk, I. Stavchuk, M. Vakoljuk, O. Illjash, A. Rozhkova. Ocinka vrazlyvosti zmin klimatu: Ukraini'na [Climate change vulnerability assessment: Ukraine] 2014. 74 s. Retrieved from http://necu.org.ua/wp-content/uploads/ukraine_cc_vulnerability.pdf.
- Shevchenko O.G. Harakteristika hvili tepla 2010-go roku na teritorii Ukraïni. *Praci UkrNDGMI*, 2012. – vip. 262. – S. 31-36.

Використання промислових об'єктів для розвитку індустріального туризму на Донеччині

Дмитрук О.Ю., Корнєва К.О.*

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна, milagressbonn@gmail.com

Надішла до редакційної колегії: 15.05.2021.

Прийнята: 01.06.2021.

Анотація. У статті виявлено понятійний аспект індустріального туризму. Виділена розбіжність між індустріальним туризмом та туризмом індустріальної спадщини. Прослідкована історія розвитку промислового туризму на території України. Описана класифікація цього напрямку туризму за видами формами діяльності. Детально відображається створення іміджу туристичної території, зокрема, висвітлено можливість формування туристичного іміджу Донеччини. Прослідкований розвиток індустріального туризму від початку становлення як галузі в Україні та на Донеччині. Розглянутий індустріальний туризм в контексті формування іміджу території. Висвітлено сучасний стан індустріального туризму на Донеччині та перспективні можливості розвитку. Проаналізовано стан та готовність підприємств Донеччини до прийому туристів, а також розроблено приклад туру з індустріального туризму містами Соледар та Бахмут.

Ключові слова: індустріальний туризм, імідж території, Донеччина, підприємство, Бахмут, Соледар.

Use of industrial facilities for the development of industrial tourism in the Donetsk region

Dmytruk O., Kornieva K.*

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, milagressbonn@gmail.com

Abstract. The article reveals the conceptual aspect of industrial tourism. Separated differences between industrial tourism and industrial heritage tourism. The history of industrial tourism development on the territory of Ukraine is traced. The classification of this direction of tourism according to the degree of activity of its participants and the nature of objects is described. The creation of the image of the tourist territory is reflected in detail, in particular, the possibility of forming the tourist image of Donetsk region is highlighted. Two opposite strategies of territorial image formation are highlighted. Industrial tourism in the context of image formation of the territory is considered. The impact of the war with Russia on the state of tourist infrastructure and the readiness of enterprises for industrial tourism is analyzed. The development of industrial tourism since the beginning of its formation as an industry in Ukraine and Donetsk region is traced. The current state of industrial tourism in Donetsk region and promising opportunities for development are highlighted. Describes the state of tourist facilities and infrastructure today. The state and readiness of Donetsk region enterprises to receive tourists are analyzed, as well as an example of an industrial tourism tour of Soledar and Bakhmut, during which you can get acquainted with the industrial heritage of Donetsk region.

Key words: industrial tourism, image of the territory, Donetsk region, enterprise, Bakhmut, Soledar.

Вступ. Аналізуючи глобальні тенденції, можна відмітити, що ХХІ сторіччя є періодом розквіту туризму як галузі. Попит на нові туристичні продукти постійно збільшується, що спричиняє розвиток та розповсюдження нових видів туризму, які приходять на зміну традиційним. До таких

можна віднести і індустріальний туризм – дослідження територій, будівель, технологій задля отримання дослідницького задоволення, нового досвіду та знань.

Україна, будучи більшою мірою індустріальною країною, має широкий потенціал задля розвитку цього напрямку, зокрема, Донеччина, як промислове серце країни, може стати центром цього виду туризму.

Індустріальний туризм здобув популярність ще у 80-х роках ХХ століття, зокрема, фіксується в нашій країні на відвідуванні Чорнобильської зони відчуження. При цьому, світовий досвід доводить, що екскурсії на фабрики та підприємства користуються значною популярністю. Як приклад можна навести відвідування промислової зони в Манчестері (Великобританія), або ретро-тури на колишній металургійний завод у Чикаго (США). В Україні ж, незважаючи на значну ресурсну базу для цього, є лише спроби аматорських екскурсій до м. Соледар або м. Кривий Ріг, але не має повноцінних сформованих турів, які могли б достойно презентувати країну на внутрішньому та світовому ринку.

Грунтовні наукові праці, які стосуються тематики індустріального туризму, почались з дослідження ресурсної бази та напрямків розвитку сучасних видів туризму, зокрема індустріального, з робіт, «Техногенний туризм у системі природокористування» (Козаков В.Л., Козакова Т.А., Завальнюк О.Й., 2006), «До питання про зміст поняття «техногенний туризм» (Козакова Т.А., 2007, «Індустріальний туризм: від дефініції до бренду» (Льобіцева О.О, 2014), «Індустріальний туризм: регіональний аспект» (Зав'ялова М. В., Скринько Н.В., 2015) тощо.

Вагомий внесок у розуміння індустріального туризму як актуального напрямку приніс Перший міжнародний науково-практичний форум «Індустріальний туризм: реалії та перспективи», який пройшов у 2013 році у Кривому Розі. Форум передбачав огляд теоретичних та практичних аспектів цього виду туризму, матеріали якого були видані у 2014 році (Козаков В.Л., 2013).

За останні 5 років автори досліджували сучасний стан, актуальні проблеми галузі та перспективи розвитку індустріального туризму (Лакіза В.В., Пенгрин С. М., 2017).

Активно досліджується тема розвитку індустріального туризму, індустріальний туризм як засіб формування туристичних центрів (Пацюк В. С., Козаков В. С., 2016), а також висвітлюється вплив на туристичне уявлення про місто на прикладі центру – Кривого Рогу (Пацюк В. С., Козаков В. С., 2017).

Поглиблений аналіз літературних джерел, присвячених індустріальному туризму, дає можливість оцінити теоретичні доробки та напрямки для розвитку. Але, при цьому, індустріальний туризм не розвивається як прикладний напрямок – вітчизняні суб'єкти туристичної діяльності не пропонують сформований туристичний продукт, присвячений індустріальному туризму, який би зміг залучити внутрішніх та зовнішніх туристів.

Таким чином, об'єктом даної роботи виступає індустріальний туризм на Донеччині.

Метою статті є визначення сучасного стану індустріального туризму в Україні, виокремлення актуальних та перспективних варіантів розвитку такого виду туризму, які можуть стати рушійною силою поживлення туристичних потоків, а також приклад розробки туру, заснованого на індустріальному туризмі.

Для досягнення поставленої мети були поставлені наступні завдання:

- Розкрити основні поняття та положення індустріального туризму;
- Оцінити сучасний стан розвитку індустріального туризму на Донеччині;
- Розглянути питання формування іміджу регіону як можливості заохотити туристів до відвідування;
- Розробити маршрутний тур індустріальними дестинаціями Донеччини.

Матеріали і методи досліджень. Дослідження проведено на основі загальнонаукових методів аналізу та синтезу інформації туристичних та новинних порталів, наукових вітчизняних та зарубіжних джерел, відкритої інформації від обраних підприємств, сайтів перевізників, місць соціальної інфраструктури тощо.

В процесі написання статті задля створення повноцінного маршрутного туру використовувався метод аналітичного збору інформації, метод узагальнення та систематизації.

Результати та їх аналіз. Індустріальний туризм – вид туризму, який задовольняє пізнавальні потреби населення із ознайомлення з виробництвом: виробничо-технологічними процесами, результатами людської праці, артефактами виробництва минулих та нинішніх часів (Любіцева О.О., 2014).

Слід зазначити, що в зарубіжній літературі часто проводиться грань між індустріальним туризмом і туризмом індустріальної спадщини. У першому випадку візити можуть відбуватися на діючі промислові підприємства, у другому – тільки на об'єкти індустріальної спадщини. На таких об'єктах вже немає виробництва промислової продукції, хоча можуть бути присутніми поодинокі елементи реконструкції історичного технологічного процесу.

У другому випадку індустріальний туризм може також включати відвідання об'єктів ремісництва, де розвиваються традиційні для регіону промисли. Як правило, під індустріальною спадщиною розуміється сукупність будівель і артефактів, вироблених суспільством з використанням праці та достатнім для збереження майбутнього покоління. Індустріальна спадщина не обмежується переліком промислових будівель і споруд, включаючи більш широкий спектр об'єктів (банки, виноробні, елеватори, залізні дороги тощо). Індустріальну спадщину можна враховувати як сукупність промислових будівель, споруд та обладнання, так і житла для робітників, громадські будівлі («Соцмісто»).

Можна сказати, що індустріальний туризм – це багатоаспектне явище, яке поєднує всі види туристичної активності, об'єктом якої є як діючі промислові підприємства, так і об'єкти індустріальної спадщини. Індустріальний туризм може, в цьому контексті, перетинатися або взаємодоповнюватися такими видами туризму, як діловий, гастрономічний, ремісничий, пізнавальний (освітній).

Найбільш очевидними підставами для класифікації індустріального туризму, тобто виділення його видів, є ступінь активності його учасників (активний і пасивний індустріальний туризм), а також характер його об'єктів.

Активний індустріальний туризм – вид індустріального туризму, який ставить собі за основну мету отримання психічного і естетичного задоволення при задоволенні дослідницького інтересу людини в випробуванні своїх можливостей в різних гострих ситуаціях. Основною його ознакою і відмінністю від пасивного індустріального туризму слугуватиме присутність елемента екстремальної ситуації. Активний індустріальний туризм часто є неорганізованим видом туризму. Неорганізований туризм передбачає, що туристи самі, без участі і / або посередництва туристської фірми, організують свою подорож. Самостійно розробляють маршрут поїздки, визначають об'єкти екскурсійного відвідування, планують місця ночівель тощо. Це безпосередньо пов'язано з об'єктами активного індустріального туризму, які найчастіше знаходяться в запущеному, а нерідко і в аварійному стані.

Пасивний індустріальний туризм – це більшою мірою організований вид туризму, що не вимагає особливої фізичної підготовки та не несе ризику для туристів, він розрахований на різні категорії туристів. Організований туризм передбачає заздалегідь розроблену і організовану туристської фірмою програму подорожі для туриста.

Промисловий (виробничий) туризм – це найбільш відомий вид більш пасивного індустріального туризму, який проявляється як організоване відвідування діючих або недіючих

об'єктів промисловості з метою задоволення пізнавальних, естетичних або професійно-ділових потреб. У світовій практиці є безліч прикладів, які доводять, що перетворення виробництва в екскурсійний об'єкт дозволяє не тільки збільшити прибуток, але і виділитися серед конкурентів і голосно заявити про свою компанію.

Промислові (виробничі) тури є ефективним інструментом розвитку економіки, оскільки вигідні всім залученим сторонам. Для підприємств відкриття виробництва для публічного огляду це маркетинговий хід, спрямований на забезпечення лояльності споживачів і підтримку брендів. Для туристів це спосіб задоволення пізнавального, естетичного і прагматичного інтересів. Для влади такий індустріальний туризм – це інструмент розвитку туристичного іміджу певної території задля залучення туристичних потоків та стаття прибутку.

Імідж території – це сукупність стійких уявлень про територію, які складаються завдяки безлічі об'єктивних і суб'єктивних факторів. В епоху посилення міжрегіональної конкуренції більшість регіонів прагнуть формувати і просувати сприятливий імідж (Zimmerbauer K., 2011).

Існують дві протилежні стратегії формування територіального іміджу:

- імідж будується на основі існуючих уявлень і логічно продовжує вже сформовані асоціації про територію;
- регіон намагається сформувати абсолютно новий імідж, який в корені відрізняється від сформованих стереотипів і уявлень про територію. Другий тип стратегії характерний для багатьох традиційно промислових територій Європи, які намагалися змінити цей стан ядро характеристик, що впливають з промислової спеціалізації (екологічна несприятливість, технологічна відсталість тощо).

Перспективи розвитку Донецької області все більше пов'язуються з трендами нової індустріалізації, що передбачає націлене формування бренду індустріального регіону, який володіє всіма рисами нової індустріалізації: технічним оновленням виробництва та якістю життя. Для старих промислових регіонів, одним з типових представників яких є Донецька область, індустріальний туризм має важливе значення, як для економіки регіону в цілому, так і для формування більш сталого і сприятливого іміджу індустріального регіону.

Важливо вибудувати систему взаємодії з промисловими підприємствами для вибору об'єктів туристського відвідування. Якщо говорити про потенціал індустріального туризму Донецької області, то в даний час на території регіону діють підприємства вугільної і чорної металургії (два металургійні комбінати в Маріуполі: ім. Ілліча і "Азовсталь", найбільший в Європі Авдіївський коксохімічний завод та ін.). Також розвинений видобуток кам'яної солі (Артемівське і Слов'янське родовища), різноманітне машинобудування ("Азовмаш", НКМЗ), металообробка (Дружківський завод металевих виробів тощо), виробництво скла (в Костянтинівці та Артемівську) та будматеріалів. Розробка запасів Донбасу відбувалася зі сходу на захід, тому найбільш перспективні поклади кам'яного вугілля розміщено зараз на заході (Красноармійськ, Добропілля, Вугледар).

Однак, з тих пір як на Донбасі почалися активні бойові дії, керівництво Луганської та Донецької областей «забуло» про розвиток туризму на сході країни. Але не можна сказати, що до 2014 року регіон робив ставку на дохід від туристичного збору. Індустріальний регіон дає і забирає гроші за зовсім іншими статтями бюджету. А про те, що можна розвивати індустріальний туризм, чиновники на Донбасі всерйоз не замислювалися. Ніхто його не сприймав як край з унікальною природою і унікальними людьми. А з трагічними подіями 2014 року Донбас став асоціюватися ще й з війною. Саме словосполучення «туризм на Донбасі» для багатьох стало чимось міфічним. І саме ця реальність почала диктувати свої умови.

Індустріальна спадщина всього Донбасу має великий потенціал для розвитку туризму в регіоні. Але далеко не всі заводи, комбінати та шахти готові пускати до себе відвідувачів.

У Донецькій області в 2018 році за підтримки Проекту USAID та його місцевого партнера Кімонікс Інтернешенел міжнародними фахівцями була проведена експертна оцінка щодо стану туристичної галузі в регіоні. Основною ідеєю цієї оцінки і став "індустріальний регіон," загорнутий "в рекреацію".

У жовтні 2019 році вперше за багато років туристичний потенціал Донбасу був представлений на 26-му Міжнародному туристичному салоні "Україна" - UITM'2019. Ця можливість у східних регіонів з'явилася завдяки підтримці Програми ПРООН по відновленню і розвитку світу. Саме виставка дала ще один потужний поштовх для розвитку туристичної дестинації. Пропонованими туристичними продуктами на виставці цікавилися туроператори інших регіонів України, як новими можливостями для розширення свого бізнесу. Також явну зацікавленість проявили міжнародні байери при зустрічі в стилі "європейського кафе" в форматі B2B.

На Донбасі, сьогодні, налічується безліч об'єктів, які б могли стати якісним туристичним продуктом. Але поки обласна влада тільки розглядає можливість вибудовування бренду за допомогою індустріального туризму. На сьогоднішній день, ні в Донецькій, ні в Луганській областях немає свого регіонального туроператора, що займається внутрішнім і в'їзним туризмом. А це, в свою чергу, відбивається на кількості гостей регіону.

Донеччина потребує туроператора, який би повністю задовольняв потреби туристів. Місцеві туроператори, а також туристично-інформаційні центри працюють локально, тобто, покриваючи окремі райони. Наприклад, в Святогорську влітку відкрився інформаційно-туристичний центр, який пропонує екскурсії та подорожі по північних містах Донецької області. Тут же, в районі Святих гір, другий рік працює проект «Туристична Лиманщина», але створених повноцінних туристичних продуктів, пов'язаних з індустріальним туризмом, що будуть на рівень вище звичайних екскурсій, нема.

На основі широкого спектру наявних туристичних об'єктів Донецької області, що можуть бути цікавими для потенційного відвідування, був створений тур «Донбас Індустріальний». Це промисловий тур підприємствами, але при цьому для додаткової привабливості до нього були включені природно-антропогенні та історико-культурні місця за тематикою. Він розрахований на два дні та одну ночівлю.

Технологічна картка туру «Донбас Індустріальний»

Туристська подорож за маршрутом: м. Краматорськ – м. Соледар – м. Бахмут – м. Краматорськ

Основні показники маршруту:

Вид маршруту: автобусний.

Тривалість: 2 дні/1 ніч.

Число туристів у групі: 19 осіб (від 18 до 60 років включно. Регламентується обмеженнями відвідування соляної шахти (6-60 років), а також відвідуванням Заводу Шампанських Вин (від 18 років).

Вартість путівки: 1672 грн на людину.

Загальна відстань маршруту – 165,4 км.

В таблиці 1 подано програму обслуговування туристів за маршрутом туру «Донбас Індустріальний».

Таблиця 1. Програма обслуговування туристів за маршрутом [Розроблено авторами на основі проведеного аналізу відкритих джерел інформації]

День	Населені пункти, час виїзду та прибуття	Відстань між пунктами, км	Тривалість переїзду	Тривалість екскурсії	Найменування туристських підприємств та умови розміщення	Заплановані туристські послуги	Внутрішні перевезення на маршруті здійснюються
1	м. Краматорськ – м. Соледар Час відбуття – 8:00 Час прибуття – 9:15	63,7 км	1 год. 15 хв.	4 год.	ТОВ «Соляна Симфонія»	Екскурсія Соляною Шахтою, сніданок у підземному кафе.	Автобусом
1	м. Соледар – м. Соледар Час відбуття – 16:00 Час прибуття – 16:10	5 км	10 хв.	30 хв	-	Відвідини Західно-Михайлівського кар'єру	Автобусом
1	м. Соледар – м. Бахмут Час відбуття – 16:40 Час прибуття – 17:10	15 км	30 хв.	-	Готель «Бахмут»	Поселення до готелю, вечеря, оглядова екскурсія містом, вільний час.	Автобусом
2	м. Бахмут – Іванградський рудник Час відбуття – 09:45 Час прибуття – 10:00	8 км	15 хв.	-	-	Відвідування гіпсових рудників Бахмутської улоговини	Автобусом
2	м. Бахмут	3 км	4 год	-	ПрАТ «Артвайнері»	Екскурсія підприємством, відвідування магазину фірмової продукції.	Без перевезень
2	м. Бахмут – м. Краматорськ Час відбуття – 18:00 Час прибуття – 19:15	63,7 км	1 год. 15 хв.			Повернення до місця збору.	Автобусом

Інформаційний листок туру «Донбас Індустріальний»:

1. Тур «Донбас Індустріальний» є тематичним, за тематикою промисловий, за формою організації груповий.
2. Умови розміщення: готель (двомісний та тримісний номер).
3. Послуги: екскурсорода, трансфер.
4. Додаткові послуги: відвідування сувенірних лавок та фірмових магазинів.
5. Вікові обмеження: 18-50 років.

В таблиці 2 подано розрахунок вартості туру.

Таблиця 2. Розрахунок вартості туру [Розроблено авторами на основі проведеного аналізу відкритих джерел інформації]

№	Назва статті	Вартість за одиницю (грн.)	Кількість (одиниць, діб)	Загальна вартість на 1 особу/групу (грн.)	
1.	Вартість проживання: -Тримісний номер Готель «Бахмут»	852 грн	1 доба 3 номера	135	2 555
	-двомісний номер	666 грн	1 доба 5 номерів	174	3 300
2.	Вартість харчування (сніданок входить у вартість номеру) Обід, вечеря	120+120	1, 1	240	4 560
3.	Вартість проїзду	-	-	500	9 500
4.	Вартість екскурсійної програми	350 – Соледар 200 – Бахмут 550 всього	1,1	550	10 450
5.	Страхування	20	1	20	380
6.	Послуги гіда-організатора	1000	1	53	1 000
Загальна вартість туру				1672	31768

Опис точок маршруту туру «Донбас Індустріальний»:

Туристичний маршрут «Донбас Індустріальний» протягом двох днів розкриває промислове сьогодення індустріального регіону Донеччини.

В перший день туристам пропонується відвідати м. Соледар, зокрема для відвідування пропонуються соляні печери.

Видобуток солі Артемівського родовища відбувається на глибині 200 - 300 метрів. За більш ніж сто років утворилася система виробок протяжністю близько 300 кілометрів, видобуто понад 250 мільйонів тон солі, обсяг пустот перевищив 110 мільйонів кубічних метрів. Незважаючи на великий обсяг виробок, поки розроблені тільки 3% солі, яка є в родовищі.

В рамках туру нами пропонується відвідати одноденну оздоровчу програму – разовий спуск в шахту на 4 години.

Під час екскурсії у соляній шахті серед іншого пропонується до огляду: соляне футбольне поле, підземні лабіринти, концертну залу, підземну галерею, соляну шкатулку і побачите оригінальні фігури виконані із солі.

Також в перший день туристи мають можливість відвідати Західно-Михайлівський кар'єр. Тут розташоване родовище гіпсу в 3 кілометрах від станції Деконська, на правому березі річки Мокра Плотва. У радянські роки родовище розроблялося Деконським комбінатом буддеталей, а з 2004 року його західну ділянку освоює міжнародна компанія "Кнауф Гіпс Донбас".

В другий день зранку заплановане відвідування гіпсових рудників Бахмутської улоговини (Іванградський рудник). Потужність шарів гіпсу в Бахмутської улоговини коливається від 4 до 10 м. Рудник розташований на південній околиці села Іванград, де у вигляді високої гряди оголюється потужний пласт гіпсу.

Після обіду також в другий день передбачена екскурсія на Артемівськ Вайнері.

Виробництво Артемівськ Вайнері — найбільше у Східній Європі та єдине в Україні, де ігристі вина створюються за класичними методами Шампенуа: повторне бродіння вина і насичення його бульбашками здійснюється природним шляхом виключно в плящі.

Сама екскурсія передбачає відвідування чотирьох виробничих цехів заводу, дегустацію та відвідування фірмового магазину.

О 18:00 заплановано повернення додому.

Таким чином, спираючись на широкий потенціал для розвитку індустріального туризму та велику кількість ресурсів, був складений туристичний маршрут, що дозволяє за невеликий час оцінити два міста – Соледар та Бахмут, ознайомитися з їх історією тощо.

Висновки. Індустріальний туризм є відносно новим видом туризму, який прийшов на зміну традиційним. Світовий досвід доводить, що відвідування діючих підприємств або організація турів до промислових об'єктів користується неабиякою популярністю.

На сучасному етапі вітчизняні науковці створили суттєві теоретичні доробки, присвячені індустріальному туризму, зокрема, окреслили понятійно-класифікаційну термінологію, описали напрямки розвитку тощо. Але при цьому такий туризм, на сьогодні, не розвивається як повноцінний напрямок – вітчизняні суб'єкти туристичної діяльності не пропонують сформований туристичний продукт, присвячений індустріальному туризму, який би зміг залучити внутрішніх та зовнішніх туристів, натомість є лише окремі прояви – короткочасні епізодичні екскурсії на підприємства Кривого Рогу чи Соледара.

Донецька область є старопромисловим районом, для якого потрібно в контексті нещодавніх збитків, спричинених військовими діями внаслідок російської агресії, вибудувати новий імідж та шукати напрямки для сталого розвитку регіону надалі.

Донеччина має надзвичайно широкий потенціал для активного розвитку індустріального туризму. Велика кількість потужних промислових підприємств різноманітних галузей може слугувати відмінною базою для залучення туристів. При цьому, на сьогоднішній день, важливо вибудувати систему взаємодії з промисловими підприємствами для вибору об'єктів туристського відвідування.

В Україні загалом та на Донеччині зокрема туристичні гравці тільки зараз почали звертати увагу на необхідність взаємодії з промисловими підприємствами для вибору об'єктів туристського відвідування.

Серед перспектив та пріоритетних завдань важливо виділити необхідність закріплення розвитку бренду регіону через індустріальний туризм на рівні місцевої влади задля забезпечення злагодженої комунікації між всіма суб'єктами туристичної діяльності, необхідно також створити туристично-інформаційний центр, який би зміг позиціонувати Донеччину як місце для індустріального туризму.

Запропонований тур є прикладом маршруту та представляє собою чудовий варіант дозвілля туристам, зацікавленим у подібному проведенні часу, а також може бути використаний суб'єктами туристичної діяльності як повноцінний варіант туристичного продукту для заохочення туристів. Тур передбачає комплексне відвідування двох найпопулярніших DESTINAЦІЙ, які вже привертають увагу громадськості – Соляної шахти у м. Соледар та Заводу Шампанських Вин «АртВайнері». Окрім безпосереднього контакту із промисловими технологіями та здобутками, до туру включено відвідування техногенних ландшафтів, пов'язаних із індустріальною спеціалізацією регіону – кар'єру та руднику із гіпсовими покладами, що дозволяє у невеликий термін туру ознайомитися і з технологічними здобутками регіону і також із багатоманітною природою, яка і забезпечила промислову спеціалізацію Донеччини.

Список використаних джерел

Industrial'nyj turizm: realii' ta perspektyvy: materialy I Mizhnarodnogo naukovo-praktychnogo forumu / [Industrial tourism: realities and prospects: Proceedings of the First International Scientific and Practical

- Forum in Kryvyi Rih.] redkol.: Ja. V. Shramko, V. L. Kazakov ta in. – Kryvyj Rig: Vyd. R. A. Kozlov, 2013. (in Ukrainian) Retrieved from: https://www.slideshare.net/KR_CDI/ss-30787752
- Kazakov V.L., Kazakova T.A., Zaval'njuk O.J., 2006. Tehnogennyj turizm u systemi pryrodokorystuvannja [Man-made tourism in the system of nature management]// Ekologija i racional'ne pryrodokorystuvannja: Zbirnyk naukovyh prac' Sums'kogo derzhavnogo pedagogichnogo universytetu im. A.S.Makarenka.– 244 s. (in Ukrainian) Retrieved from: <http://scinotesgeoen.at.ua/Ecology/2006.pdf#page=221>
- Kazakova T.A., 2007. Do pytannja pro zmist ponjattja «tehnogennyj turizm» [On the question of the meaning of "man-made tourism"]//Geografichni doslidzhennja Kryvbasu. Fizychna geografija, ekonomichna i social'na geografija, geoekologija, istorija geografichnyh doslidzen': Materialy kafedral'nyh naukovodoslidnyh tem. Vypusk 2. - Kryvyj rig: KDPU. - S. 91 – 96 (in Ukrainian) Retrieved from: <https://u.to/dsFVGw>
- Lakiza V. V. Pengryn S. M., 2017. Industrial'nyj turizm v Ukrai'ni [Industrial tourism in Ukraine]. - Mizhnarodnyj naukovyj zhurnal "Internauka". - № 18(2). - S. 45-48. (in Ukrainian) Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/lakiza.htm
- Ljubiceva O. O., 2014. Industrial'nyj turizm: vid definicii' do brendu [Industrial tourism: from definition to brand]. - Industrial'nyj turizm: realii' ta perspektyvy. - Kryvyj Rig: Vydavnyctvo - Kozlov R.A. c.7-10 (in Ukrainian) Retrieved from: https://www.slideshare.net/KR_CDI/ss-30787752
- Pacjuk V. S., Kazakov V. L., 2017. Chy zmozhe industrial'nyj turizm zminyty oblychchja Kryvogo Rogu? [Will industrial tourism be able to change the face of Kryvyi Rih?]/Urbanistychna Ukrai'na: v epicentri prostorovyh zmin : monografija / za red. K. Mezenceva, Ja. Olijnyka, N. Mezencevoi'. Kyi'v : Feniks, S. 378–394. (in Ukrainian) Retrieved from: https://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk5.htm
- Pacjuk V. S., Kazakov V. L., 2016. Industrial'nyj turizm jak zasib formuvannja turystychnogo obrazu promyslovyh centriv [Industrial tourism as a means of forming the tourist image of industrial centers] //Geografija, ekonomika i turizm: nacional'nyj ta mizhnarodnyj dosvid / Materialy juvilejnoi' H mizhnarodnoi' naukovoi' konferencii'. – L'viv. – S. 324-329. (in Ukrainian) Retrieved from: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/11173/1/materialy%202016.pdf#page=324>
- Zav'jalova M. V., Skryn'ko N. V., 2015. Industrial'nyj turizm: regional'nyj aspekt [Industrial tourism: regional aspect] //Efektyvna ekonomika. - № 5. (in Ukrainian). Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_5_34
- Zimmerbauer K., 2011. From Image to Identity: Building Regions by Place Promotion: - European Planning Studies. Vol. 19. No. 2. P. 243–260. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/254253187_From_Image_to_Identity_Building_Regions_by_Place_Promotion

Географічні чинники формування туристичного іміджу Японії

Юрченко В. А.*, Дмитрук О. Ю.

Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, Київ, Україна, kale_ria@ukr.net

Надішла до редакційної колегії: 26.04.2021.

Прийнята: 01.06.2021.

Анотація: за допомогою туристичного маркетингу, дана стаття дає основні напрямлення розвитку концепцій, за якими можливо сформувати основні іміджеві туристичні атракції і ресурси, які виділяють

Японію серед інших країн. Дана стаття розглядає систему туристичних атракцій і ресурсів Японії, а також виокремлює найголовніші фактори, які впливають на загальну туристичну привабливість країни. Зазначаються перспективи розвитку туризму на території країни. Для визначення даного потенціалу у статті розглянуто два види географічних атракцій: природні та антропогенні. Японія, як країна з високорозвиненої туристичною інфраструктурою, виділяється серед інших країн не тільки красою та самобутністю, але й високими технологіями. Саме завдяки поєднанню автентичності географічного місцеположення та футуристичності, досягнутою завдяки створеним технологіям. Японія і має свій особливий туристичний імідж. Основний матеріал та висновки даного дослідження можуть бути використані для аналізу туристичного потенціалу Японії та виокремлення його характерних рис.

Ключові слова: географічні чинники формування іміджу території, туристична атракція, туристичний імідж країни, Японія.

Geographical factors for the formation of the tourist image of Japan

Yurchenko V.*, Dmytruk O.

Taras Shevchenko National University, Kyiv, Ukraine, kale_ria@ukr.net

Annotation. with the help of tourism marketing tools, this article gives the main directions of the concepts development, according to which it is possible to form the main image of tourist attractions and resources that distinguish Japan from other countries. This article examines the system of tourist attractions and resources of Japan, as well as identifies the main factors that affect the overall tourist attractiveness of the country. The article indicates main prospects for the development of tourism in this country. In order to find these prospects, the article determines two types of geographical attractions: natural and anthropogenic. Japan, as a country with a highly developed tourist infrastructure, stands out among other countries not only for its beauty and originality, but also for high technology. Thanks to the combination of authentic geographical location and futuristic view, achieved thanks to the created technologies, Japan has its own special tourist image. This image makes Japan one of the most attractive countries for tourists. And the same combination of futuristic technologies and natural beauty is exactly what other countries should strive to achieve in order to attract tourists. The main material and conclusions of this study can be used to analyze the tourism potential of Japan and highlight its characteristics.

Key words: geographic indicators, tourist attraction, touristic image, Japan.

Вступ. Проблеми формування унікального туристичного іміджу наразі стосуються кожної країни і Японія не є виключенням. Японія є одним з флагманів не тільки технологічного, а й туристичного розвитку, але вона все ще розвиває свій унікальний туристичний імідж. Саме

проблематика унікального туристичного іміджу Японію і буде висвітлена в даній статті. Для того щоб оцінити основну привабливість даної країни, нами запропонований маршрут, що включає відвідування головних атракцій країни, зокрема, пам'ятку природи і культурний символ Японії – гору Фудзі.

Географічні індикатори для формування туристичного іміджу території активно досліджувались О. Дмитруком (Дмитрук, 2016) та Комар Н. (Комар Н., 2015).

Об'єктом дослідження даної роботи є туристичний імідж Японії та географічні чинники, які допомогли Японії створити свій імідж туристично країни.

Метою роботи є розробити маршрут головними атракціями Японії: гора Фудзі, Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо, Велика святиня Касуга. Та на прикладі цього маршруту проаналізувати туристичний імідж Японії.

Основні завдання дослідження: розробити туристичний маршрут, проаналізувати туристичний імідж Японії та проаналізувати туристичний імідж Японії.

Матеріали та методи дослідження. Основним методом дослідження даної роботи — є аналіз, також використовуються методи порівняння, узагальнення та експерименту, а саме прокладення маршруту, як експерименту.

До матеріалів дослідження слід додати те, що наразі немає чіткої системи географічних індикаторів, для позначення головних видів атракцій країни для створення туристичного іміджу. В даній роботі пропонуються географічні індикатори, які поділяються на дві групи: антропогенні та природні.

Складність визначення основних атракцій за географічними індикаторами викликана тим, що уподобання сучасних туристів швидко змінюються. Тому іміджеві позиції країн також постійно міняють свої вектори поступаючись то антропогенним географічним індикаторам, то природним. Саме тому, при аналізі туристичного іміджу Японії та укладенні туристичного маршруту, було визначено найбільш привабливі туристичні атракції, які б забезпечували сталий інтерес туристів.

Результати дослідження. Результатом даної роботи є створений маршруту головними атракціями Японії: гора Фудзі, Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо, Велика святиня Касуга. А також аналіз туристичного іміджу Японії, якій може бути використаний в подальшому вивченні туризму в цій країні.

Японія – це острівна країна, що лежить біля східного узбережжя Азії. Вона складається з великої низки островів у північно-східно-південно-західній дузі, яка простягається приблизно на 2400 км через західну північ Тихого океану. Майже вся суша займає чотири основних острови країни: Хоккайдо, Хонсю, Сікоку та Кюсю. Хонсю — це найбільший із чотирьох островів, далі за розмірами йдуть Хоккайдо, Кюсю та Сікоку. Крім того, є численні менші острови, основними групами яких є острови Рюкю (Нансей) (включаючи острів Окінава) на південь та захід від Кюсю та острови Ідзу, Бонін (Огасавара) та Кадзан на південь та схід від центральної частини Хонсю. Національна столиця Токіо знаходиться у східно-центральної частині Хонсю є одним із найбільш густонаселених міст світу (Коваленко, 2013, Britannica, 2021).

Для характеристики туристичного потенціалу країни було виокремлено 2 види географічних атракцій: природні та антропогенні. Під природніми географічними атракціями розуміється: рельєф, гідрологія, клімат, флора, фауна та природний ландшафт. Антропогенні атракції можливо виділити в дві групи: матеріальні та нематеріальні. Матеріальна група: історико-культурні об'єкти, скульптура, традиційна кухня, економічна інфраструктури. Нематеріальна група: література та видатні особи (Дмитрук, 2016, Комар, 2015).

Якщо брати до уваги природні фактори, то слід зазначити, що Японія не тільки морська, але й гориста держава. Два третини усієї Японії займають гори, а це близько 270 тисяч квадратних

кілометрів. Основні гірські системи Японії включають: Кітамі, Ісікарі, Юбарі, Хідака, Сіракамі, Оу, Кітакамі, Етіго, Канто, Акаїсі, Кісо, Хіда, Кії, Тюгоку, Санукі, Сікоку, Цукусі та Кюсю. Найвища гора та символ Японії — Гора Фудзі. Річки Японії належать до басейну Тихого океану. Найбільші річки: Тоне, Ісікарі, Сінано, Кітакамі, Кісо, Токаті, Йодо та Могамі. Більшість рослинного світу Японії зайняті лісами та чагарниками. Рослинність споріднена зі Східним Китаєм та має велику кількість ендеміків. В зоогеографічному відношенні територія країни відноситься до Китайсько-Гімалайської підобласті Голарктичної області. У ландшафті країни переважають загострені форми рельєфу (Britannica, 2021).

Острівна Японія сформувала здебільшого моноетнічну культуру, мову та народ. Основи даної гомогенності були сформовані в період Едо (1603-1867), коли країна повністю закрила себе від Заходу аж до реставрації Мейдзі 1868 року. Незважаючи на формальну гомогенність, Японія за останні сторіччя перейняла на себе умови розвитку гетерогенного розвитку. Це особливо позначилося з технологічним бумом країни у 70-х та 80-х роках минулого століття. Навіть сьогодні Японія випереджає більшість країн за технічними інноваціями і активно імплементує їх у розвиток туристичної галузі (Britannica, 2021).

Географічна особливість гірської Японії створила її унікальний туристичний імідж острівної країни. Це неодмінно є природним фактором заради якого туристи прямують до цієї країни. Унікальні високогірські острівні ландшафти створили самобутню красу до якої линуть туристи. Але слід також зазначити і антропогенний фактор цієї краси. В Японії дика природа і людина співіснують у прекрасному тандемі де людина піклується про природу, а природа про людину. Японська культура унікальна саме завдяки презервації життя на всіх рівнях. Саме це збереження життя допомогло високотехнологічній країні створити туристичний імідж майбутнього, де надсучасна техніка співіснує з природою, а люди досі є її частиною. Головний туристичний імідж Японії — це баланс природи і сучасних технологій. Це приваблює туристів і виокремлює цю країну у туристичній сфері.

Головною туристичною атракцією Японії є гора Фудзі. Її можна позначити як природну географічну атракцію, але слід також зазначити антропогенний фактор цієї гори. Гора Фудзі священна для Японії, і вона фігурує в культурі, літературі, мистецтві, а також є своєрідним «обличчям» держави. Саме тому ми вибрали об'єктом туристичного маршруту — гору Фудзі, а також включили і інші атракції головні атракції Японії, як Імператорський палац в Кіото, Замок Нідзьо та Велику святиню Касуга (Britannica, 2021).

Ревью подорожі:

Туристичний маршрут, що пропонується в даному дослідженні, розрахований на 3-дні. Туристична пропозиція включає відвідування гори Фудзі, японських міст Кіото та Нару. Транспортне забезпечення маршруту розраховане на залізничний потяг з Токіо.

Цей 3-денний тур приведе до гори Фудзі та дозволить насолодитись поїздкою поїзді-кулі, а також відвідайте місця, які включені до переліку ЮНЕСКО та відвідати парк оленів в Кіото. Триденна екскурсія на гору Фудзі, в Кіото та Нару з гідом з Токіо. Відвідування визначних місць, які включені до переліку Світової спадщини ЮНЕСКО, такі як храм Кінкакудзі, храм Тодай-дзи та святиня Касуга Тайша.

Включені до подорожі додаткові послуги:

- 2 ночі проживання
- Трансфер з готелю
- Доставка багажу
- Професійний гід

– Поїздка потягом «куля»

Умови необхідні у зв'язку з COVID-19 для індивідуального захисту під час подорожі:

- Маски для обличчя, необхідні для мандрівників у громадських місцях
- Маски для обличчя, необхідні для екскурсіводів у громадських місцях
- Дезінфікуючий засіб для рук, доступний мандрівникам та персоналу
- Засоби / обладнання, дезінфіковані між використаннями
- Транспортні засоби - регулярно дезінфікуються
- Регулярні перевірки температури для персоналу
- Перевірка температури для мандрівників після прибуття

Локації початку подорожі (пункти відправлення):

1. Автовокзал Хамамацучо, 2 Хоме-4 Хамамацучо, Мінато, Токіо 105-0013, Японія
2. Grand Prince Hotel New Takanawa, 3 Хоме-13-1 Таканава, Мінато, Токіо 108-8612, Японія
3. Hotel Metropolitan Токуо Ikebukuro, 1 Хоме-6-1 Нішіікебукуро, Тосіма, Токіо 171-8505, Японія

Час відправлення:

- 7:35

Фінальні локації подорожі (пункти прибуття):

1. Станція Токіо, 1 Чоме-9 Марунучі, місто Тійода, Токіо 100-0005, Японія
2. Станція Кіото, Хігашісіюкодзі Камадоночо, прихід Шимодьо, Кіото, 600-8216, Японія

Розклад подорожі:

День перший:

Місто Токіо – гора Фудзі – місто Кіото

Атракції відвідування першого дня:

1. Подорож на гору Фудзі.
2. Подорож до озера Аші (Ашіноко).
3. Верхня станція канатної дороги Комагатаке.

Переїзд в м. Кіото для розміщення в готелях.

День другий:

Місто Кіото

Атракції відвідування другого дня:

1. Парк Нара (парк оленів)
2. Замок Нідзьо
3. Храм Кінкакудзі
4. Кіото Імператорський палац
5. Храм Тодай-дзи
6. Велика святиня Касуга

Повернення в готелі міста Кіото на відпочинок.

День третій:

Місто Кіото – місто Токіо (кінцевий пункт подорожі)

1. Автобус Кіото – Токіо

Висновки. Японія — це країна контрастів, де старовинні пам'ятки минулого живуть в синтезі з набутками цивілізації майбутнього. Проаналізувавши географічні атракції Японії, можна стверджувати, що найбільшими сталими туристичними ресурсами Японії є: гідрологічні, національна кухня, рельєф, ландшафти японських садів, скульптури Будди, історичні та культурні об'єкти.

В розробленому маршруті саме було і включено відвідування основних туристичних атракцій Японії, а головне – це відвідування священної гори Фудзі. Також в тур було включено багато храмів, як Касуга, Тодай-дзи та Кінкакудзі. Слід також відмітити відвідування унікального парку оленів – Нара, який є символ воз'єднання людини та природи. Все це характеризує унікальний туристичний імідж Японії і змушує повертатися до цієї країни.

Список використаних джерел

- Dmytruk O. Ju., 2016. Ekologichniy turysm: suchasni koncepcii menegmenty ta marketyngu [Ecological tourism: modern management and marketing concepts]. K., 2016 (in Ukraininan);
- Komar N.V., Uniat A.V., 2015. Pryvablyvist asiatsko-tyhookenskogo regionu na svitovomu rynku turystychnykh poslug tyury [Asia-Pacific region attractiveness at the global tourism services market]. Elektronnyi zhurnal "Efektyvna ekonomika. Vypusk 7. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4201>;
- Kovalenko O., 2013 Himeji Castle – Samurai Chronicles. Oda Nobunaga. K., 2013. Pages 832-833;
- Notehelfer Fred G., 2021. Japan. Encyclopedia Britannica. Retrieved from: <https://www.britannica.com/place/Japan>;
- Sim Walter., 2018. Bamboo trees in Kyoto's iconic Arashiyama forest defaced by tourists. The Straits Times., Published May 17, 2018. Retrieved from: <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/bamboo-trees-in-kyotos-iconic-arashiyama-forest-defaced-by-tourists>;
- The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2021, Mount Fuji. Encyclopedia Britannica. Retrieved from: <https://www.britannica.com/place/Mount-Fuji>.

ВИМОГИ ДЛЯ АВТОРІВ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ (детальну інформацію щодо оформлення та подання статей подано на сайті журналу <http://constructgeo.knu.ua/index.html>)

Редакційна колегія журналу «Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів» приймає оригінальні, не опубліковані раніше наукові статті, які висвітлюють актуальні питання теорії, методології конструктивної географії та раціонального використання природних ресурсів, територіального планування та регіонального розвитку, охорони природної і культурної спадщини, географічного краєзнавства, географії рекреації та туризму, географічної освіти та суміжних наукових напрямів.

Статті, що надходять до редакційної колегії, не повинні одночасно перебувати на розгляді в будь-якому іншому журналі та не повинні бути опубліковані в інших виданнях у аналогічному або несуттєво зміненому вигляді. Автор не має права передавати в інші видання статтю, прийняту редакцією та ухвалену редакційною колегією до друку.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ:

Мова та обсяг публікації: Статті мають бути написані українською або англійською або російською мовами. Редакційна колегія залишає за собою право здійснювати літературне редагування поданих статей та відхиляти статті, написані з недотриманням наукового стилю викладу матеріалу, а також з численними орфографічними та синтаксичними помилками. Обсяг статті повинен складати 6-10 сторінок (2250-4000 слів).

Назва статті (подається українською та англійською мовами). Оформлюється – 14 pt, 1 рядковий інтервал, напівжирний, вирівнювання по центру, без абзацу, НЕ прописними літерами.

Перелік авторів (подається українською та англійською мовами) – прізвище та ініціали автора/авторів. Оформлення – 12 pt, прямий, 1 рядковий інтервал, не жирний, вирівнювання по центру, без абзацу.

Організація, місто, країна, e-mail кореспондуючого автора (подається українською та англійською мовами) – оформлення – 11 pt, курсив, 1 рядковий інтервал, не жирний, вирівнювання по центру, без абзацу

Анотація, ключові слова (подається українською та англійською мовами).

Анотації, що супроводжують статті, повинні подаватися англійською та українською мовами. У випадку подання статті українською мовою – англійська анотація повинна мати обсяг не менше 200 слів (1800 знаків з пробілами), українськомовна – не менше 100 слів (до 1000 знаків з пробілами). У випадку подання статті англійською мовою – навпаки.

Анотація ідентифікує зміст публікації, не повинна бути формальною. Анотація на статтю має бути короткою характеристикою того, що міститься у змісті. Обґрунтовується мета написання, актуальність дослідження, методи та основні результати. Анотація не повторює назву статті, не містить загальних фраз, не дублює подані в статті висновки. Потрібно пам'ятати, що анотація до наукової публікації є основним джерелом інформації щодо змісту статті.

До анотації статті додаються ключові слова (4-6 слів) англійською та українською мовами відповідно.

Оформлення анотацій та ключових слів – 12 pt, курсив, 1 рядковий інтервал, не жирний, вирівнювання по ширині, без абзацу, напівжирним подаються слова Аннотація/Ключові слова.

Структура наукової статті:

Вступ. Повинен містити актуальність проблематики, характеристику дослідженості проблемного питання (не менше ніж за останні 5 років), об'єкт, мету і завдання дослідження.

Матеріали і методи досліджень. Стосуються опису суттєвих характеристик використовуваних в дослідженні даних, основних теорій, концепцій, емпіричних результатів, на яких базується дослідження із характеристикою дослідницьких методів та методик.

Результати та їх аналіз. Зупиняються на оцінці результатів з точки зору мети і завдань дослідження та аналізі в контексті існуючих теорій та концепцій та вже існуючих результатів дослідження цього або подібних питань.

Висновки. Повинні відбивати найважливі результати дослідження, які містять наукову новизну і мають певне наукове значення (фундаментальне чи прикладне). Висновки мають сягати 5-10 речень (1-3 абзаци тексту).

Список використаних джерел (або References у випадку подання статті англійською мовою) укладається за алфавітом, а не за порядком згадування у тексті, не нумерується. Всі джерела, цитовані в тексті статті, повинні бути присутні у списку використаних джерел.

Бібліографічний опис повинен відповідати стилю APA – American Psychological Association (5th ed.) <https://www.library.cornell.edu/research/citation>

Структурні підрозділи статті повинні починатися з нової строки без абзацу.

Форматування тексту публікації

Загальне форматування тексту: текст статті подається у текстовому редакторі Microsoft Word. Шрифт “Times New Roman”, 12 pt, прямий, 1 рядковий інтервал, не жирний, вирівнювання по ширині), поля сторінок – 2 см кожне, абзац – 1,25 см, орієнтація сторінок – книжкова (виключення можливе для окремих рисунків і таблиць альбомного формату).

Після назви статті, автора/авторів, назви організації, анотації, ключових слів (укр/англ), основного тексту та перед бібліографічними посиланнями проставляється інтервал в 1 рядок.

Оформлення графічних ілюстрацій: стаття може містити не більше 4 рисунків. Ілюстрації (рисунки) повинні бути виконані в растровому вигляді (розширення *.tif, *.jpg, *.gif, *.bmp) з роздільною здатністю не менше 300 dpi. Автори можуть самостійно вставити малюнки у текст, проте обов’язково подавати окремо файли малюнків, графіків, схем тощо в електронному вигляді, та вони не повинні обтікаться текстом ні зліва, ні справа. Нумерація рисунків наскрізна. Рисунки повинні мати назву та посилання на джерела. Підписи до рисунків також розміщують як незалежний об’єкт. Підпис розміщується за форматом рисунку, без абзацу, (напівжирний шрифт тільки для слова **Рис.1**. Назва рисунку) – 11 pt, прямий, 1 рядковий інтервал, вирівнювання по центру. Підписи і позначення усередині самого рисунку виконуються в тому ж редакторі, що й рисунок. Посилання на джерела подаються в квадратних дужках.

Оформлення таблиць: стаття може вміщувати не більше 3-4 таблиць. Таблиці повинні бути створені засобами Microsoft Word. Таблиця не повинна створюватися як рисунок. Таблиці не повинні виходити за межі тексту. Табличні матеріали розміщують у тексті безпосередньо після першого згадування про них. Нумерація таблиць наскрізна. Таблиця повинна мати заголовок та посилання на джерела. Таблиці повинні бути оформлені однаково по всьому виданню – шрифти, лінійки, заголовки, графи, розбивка між рядками тощо. Табличні матеріали розміщують у тексті безпосередньо після першого згадування про них. Слово Таблиця та номер таблиці набирається 11 pt, напівжирним, прямим, з 1 рядковим інтервалом, вирівнюванням по лівому краю. Після слова Таблиця йде Назва таблиці – 11 pt, не жирний, прямий, 1 рядковий інтервал, вирівнювання по лівому краю (**Таблиця 1**. Назва таблиці). Текст таблиць – 10 pt, 1 рядковий інтервал, не жирний, по ширині. Якщо необхідно розділити таблицю посторінково, то на кожній наступній сторінці необхідно набрати «Продовження табл. номер» (11 pt, не жирний, курсив, 1 рядковий інтервал, вирівнювання по правому краю) та повторити шапку таблиці або цифрової графі до неї. Посилання на джерела подаються в квадратних дужках.

Оформлення формул: формули набираються у редакторі формул додатку для Word – «Microsoft Equation». Використовуються одиниці Міжнародної системи вимірювання.

Формули по усьому виданню уніфікуються за оформленням: гарнітура шрифту, застосування індексів та ін. Номер формули розташовується точно по середині її лінії, наприкінці рядків в півкруглих дужках (у формулах, об'єднаних фігурною дужкою, - проти вістря дужки). Номер формули набирається як основний текст, а не у формульному редакторі.

Оформлення посилань по тексту публікації: подається в круглих дужках (для таблиць і рисунків – у квадратних) наступним чином – (Прізвище, рік) або (Прізвище, рік; Прізвище, рік (ініціали подаються у випадках однакових прізвищ авторів, мовою оригіналу

Детальніше див. APA (American Psychological Association (5th ed.)). <https://www.library.cornell.edu/research/citation>

Оформлення списку використаних джерел – References: перелік літературних посилань наводиться за алфавітом, а не за порядком згадування у тексті (*джерела не нумеруються*). Оформлення бібліографічних посилань – 11 pt, 1 рядковий інтервал, не жирний, по ширині, без абзацу).

Необхідно до опису статті вносити всіх авторів, не скорочуючи їх трьома чи чотирма. Україномовні/російськомовні назви публікацій перекладаються та транслітеруються на англійську мову. Перекладаються також назви видань. Також вказується для таких посилань мова оригіналу у дужках (In Ukrainian або In Russian). Автори, рік. Назва джерела у транслітерованому варіанті. [Переклад назви статті англійською у квадратних дужках]. Вихідні дані з позначенням англійською мовою або тільки цифрові.

Приклади оформлення бібліографічного опису:

- Dolishnij, M. I., Nudel'man, M. S., Tkachenko, K. V., 1984. Karpatskij rekreacionnyj kompleks [Carpathian recreation complex]. – K.: Naukova Dumka, 1984 (in Ukrainian).
- Hodge, G., Gordon, D. L. A. (2008). Planning Canadian communities. 5th ed. Toronto: Thomson Nelson. 416 Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0885412209332931>
- Recreation, Open Space and Greening Planning. 2014. Hong Kong planning standards and guidelines. Chap. 4. Department the government of the Hong Kong special administrative region. Retrieved from https://www.pland.gov.hk/pland_en/tech_doc/hkpsg/full/pdf/ch4.pdf
- Zorin, I.V., Preobrazhenskij, V.S., Vedenin, Ju.A. 1975. Raznoobrazie territorial'no rekreacionnyh sistem ta ih tipizacija //Teoreticheskie osnovy rekreacionnoj geografii. [Diversity of territorial recreational systems and their typification. in the book: Theoretical foundations of recreational geography]. M.,1975 (in Russian).
- Bauer, N., Wallner A., Hunziker M., 2009. The change of European landscapes: Human-nature relationships, public attitudes towards rewilding, and the implications for landscape management in Switzerland. J. Environ. Manag. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2008.01.0213>.
- Shhur, Ju. V., Dmytruk, O. Ju., Romanchuk, S. P., 2002. Suchasna landshaftno-morfologichna struktura ta fizyko-geografichni procesy na terytorii' Kanivs'kogo zapovidnyka [Modern landscape-morphological structure and physical-geographical processes on the territory of the Kaniv reserve] Zapovidna sprava v Ukraini. Tom 8. Vypusk 1. (in Ukrainian)
- Brook, I., 2013. Aesthetic appreciation of landscape. In: Howard, P., Thompson, I., Waterton, E. Eds., The Routledge Companion to Landscape Studies. Routledge, London. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9781315195063>
- Shevchyk, V.L., 2012. PZ Kanivs'kyj // Fitoriznomanittja zapovidnykiv i nac. pryrod. parkiv Ukrainy. Ch.1. Biosferni zapovidnyky. Pryrodni zapovidnyky // Za red. V.A. Onyshhenka i T.L. Andrijenko [Kaniv Nature Reserve // Phyto-diversity of nature reserves and national nature parks of Ukraine] – K.: Fitosociocentr (in Ukrainian)
- Caves, R. 2005. Encyclopedia of the City. London: Routledge Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9780203484234>.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**КОНСТРУКТИВНА ГЕОГРАФІЯ ТА РАЦІОНАЛЬНЕ
ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИХ РЕСУРСІВ**

Науковий журнал

Випуск 1 № 1

2021 рік

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір даних, точність наведених фактів, цитат, транслітерацію власних імен та подання решти відомостей

Редколегія залишає за собою право редагувати подані матеріали

Комп'ютерна верстка – Т. Купач, С. Дем'яненко

Дизайн обкладинки* – Д. Купач

**При розробці дизайну обкладинки наукового журналу «Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів» використані стилістика і елементи малюнку, графіки та шрифтів українських художників Василя Кричевського та Георгія Нарбута*